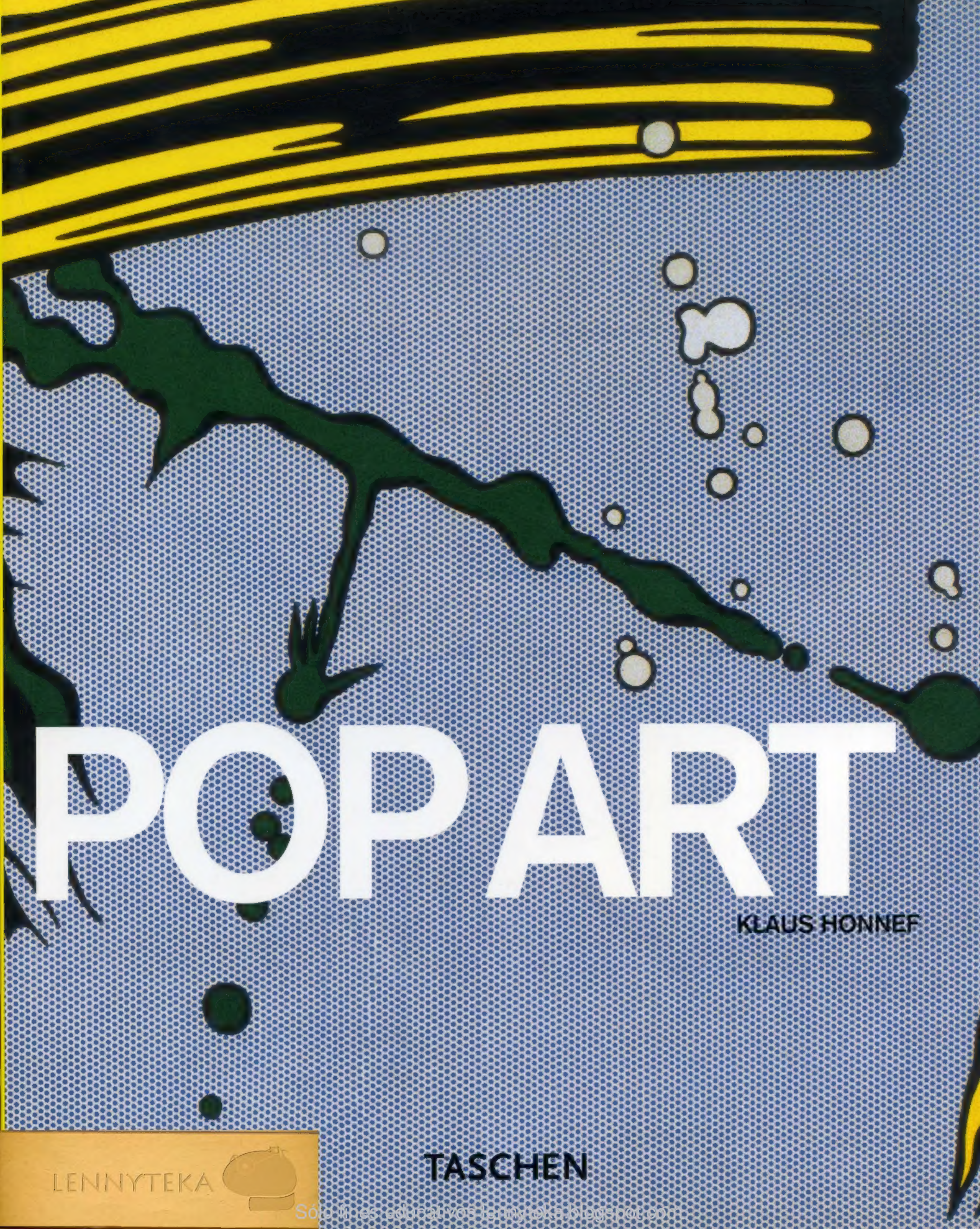
POP ART

KLAUS HONNEF

TASCHEN



El Autor

Klaus Honnef (nacido en 1939) es profesor de Teoría de la Fotografía en la Kunsthochschule Kassel. Tras hacer carrera como redactor y autor independiente en el ámbito del periodismo, fue director del Westfälischer Kunstverein Münster hasta 1974 y, a continuación, ejerció como director de exposiciones del Rheinisches Landesmuseum Bonn durante 25 años. Ha sido coorganizador de las exposiciones documenta 5 y 6 en Kassel y comisario de más de 500 exposiciones tanto en Alemania como en otros países. Ha publicado numerosos libros, el último junto con Gabriele Honnef-Harling: *Von Körpern und anderen Dingen – Deutsche Fotografie im 20. Jahrhundert.* TASCHEN ha publicado también sus obras: *Arte Contemporáneo* (1988), *Andy Warhol* (1989) y *Arte del siglo xx* (1998, en colaboración con Karl Ruhrberg, Manfred Schneckenburger y Christiane Fricke).

La Editora

Uta Grosenick (nacida en 1960) trabaja en Colonia como editora independiente y lectora. Para TASCHEN ha editado las siguientes publicaciones: *Art at the Turn of the Millennium*, 1999 (en colaboración con Burkhard Riemschneider); *Mujeres artistas*, 2001; *ART NOW*, 2002 (en colaboración con Burkhard Riemschneider); *Büttner*, 2003.

«El pop art es popular, efímero, divertido, pasajero, sexy, juvenil.»

Richard Hamilton

Cubierta
ROY LICHTENSTEIN
Yellow and Green Brushstrokes (detalle)
1964, óleo y magna sobre lienzo, 214 x 458 cm
Fráncfort del Meno, Museum für Moderne Kunst


ART



POP Art

KLAUS HONNEF
UTA GROSENICK (ED.)

TASCHEN
HONG KONG KÖLN LONDON LOS ANGELES MADRID PARIS TOKYO


OPEN OPPOSITE SIDE
THIS SIDE UP
"The World's Largest Selling Ketchup"
57 HEINZ 57
2 DOZEN
14 OZ. BOTTLES
5124
HEINZ TOMATO KETCHUP
57
HEINZ
57
5124
Del Monte
BRAND
QUALITY
24 No. 2½ CANS
FREESTONE
PEACH HALVES 1069
Del Monte
24 No. 2½ CANS
FREESTONE
PEACH HALVES 1069
24/10's 3¢ OFF PACK.
New!
with
Shine-O-matic Detergent!
Brillo
soap pads
3¢ OFF
SHINES ALUMINUM FAST
Brillo
24 GIANT SIZE PKGS.
New!
Brillo
soap pads
WITH RUST RESISTER
SHINES ALUMINUM FAST
24 GIANT SIZE PKGS.
New!
Brillo
soap pads
BRILLO MFG. CO., INC. BROOKLYN, N.Y.
MADE IN U.S.A.

contenido

POP Art

1. CLAES OLDENBURG

Bedroom Ensemble 2/3
1963-1969, instalación, 3,03 x 5,12 x 6,48 m
Fráncfort del Meno, Museum für Moderne Kunst

2. RAY JOHNSON

Elvis Presley No. 1 [Oedipus]
1956-1957, temple y tinta china sobre papel de periódico, 28 x 21 cm
Colección privada

El padrino, cautelosamente, marcó distancias. No había elegido el nombre del niño. Por lo menos no en la forma en que iba a utilizarse medio siglo después de su nacimiento ni con posterioridad en todo el mundo: pop art. ¿Simple modestia? ¿Moderación británica? El crítico inglés Lawrence Alloway, quien posteriormente se trasladaría a Nueva York, matizó enseguida la afirmación que le atribuía la acuñación del término. «Además, por entonces, con dicho término tampoco pretendía designar lo mismo que su significado encierra hoy en día. Utilizaba la expresión, del mismo modo que la de "cultura pop", para designar los productos de los medios de comunicación de masas y no las obras de arte para las que se utilizan elementos de dicha "cultura popular". En cualquier caso, la expresión surgió entre el invierno de 1954–1955 y 1957.»[1] Para cuando dilucidó la cuestión, corría ya el año 1966 y hacía tiempo que el pop art había dejado atrás las pequeñas exposiciones en escuelas de arte y diminutas galerías para situarse en la órbita de la esfera artística contemporánea. Pese a todo, no fue en Inglaterra, donde ya en un estadio muy temprano un puñado de jóvenes arquitectos, escritores, artistas e intelectuales había mostrado especial interés por el colorido vocabulario de los medios de comunicación comerciales y había fundado una especie de comunidad de trabajo, el Independent Group, en el Institute of Contemporary Arts (ICA) de Londres. Geográficamente, el escenario del éxito se situó en Estados Unidos, donde jóvenes artistas, casi simultáneamente y sin conocimiento de los progresos que se habían producido en Inglaterra, alimentaron el lenguaje del arte con la intensa jerga de la calle. Para ser más exactos, sucedió en Nueva York, y aún más exactamente en Manhattan. Nombres como Roy Lichtenstein, Claes Oldenburg, James Rosenquist, Tom Wesselmann y Andy Warhol eran ya habituales en el arrogante discurso de los iniciados, y Robert Rauschenberg, Jasper Johns y Larry Rivers empezaron a atraer la atención de reconocidos coleccionistas privados. En sus pinturas y esculturas celebraban el idioma de la cultura urbana de las grandes ciudades, los anuncios, los cómics, la fotografía y el diseño, a veces con finalidades afirmativas y otras, críticas. De repente, por el elitista panorama artístico de la metrópoli financiera de Estados Unidos soplaban aires más vulgares. Con la irrupción del pop art, Nueva York tomaba el relevo como capital del arte contemporáneo a París, que hasta entonces había marcado el compás del concierto internacional del arte. A partir de ese momento, era en las galerías y museos de Manhattan donde se decidía si un artista merecía contarse entre los grandes o si debía contentarse con una reputación más discreta. Además, el pop art se erigió como el arte americano por antonomasia, a disgusto de numerosos impulsores del arte moderno en Estados Unidos.

Desde la Costa Este de Estados Unidos, la ola del pop art no tardó en arrasar la vieja Europa y alcanzar especial resonancia en la mitad occidental de la Alemania dividida. Influyentes coleccionistas de la antigua República Federal adquirieron colecciones enteras de pop art americano o bien reunieron las suyas comprando al por mayor

1955 — Firma del Tratado de Varsovia.

1955 — La RFA ingresa en la OTAN.

1955 — Se celebra por primera vez en Kassel la exposición de arte moderno «documenta».


1


2

para exhibirlas en reputados museos ante un público estupefacto, mucho antes de que la insólita tendencia artística se hubiera consolidado en las galerías del país. Fue en Aquisgrán, Darmstadt, ciudades de la provincia cultural, y en Colonia donde las llamativas obras recibieron su consagración museística. Los artistas alemanes captaron los aires de esa nueva corriente y se dejaron impregnar por la frescura de su representación gráfica. En 1968, la documenta 4 acabó legitimando artísticamente aquellas pinturas de formas simples y colores propios de los anuncios, así como las esculturas realizadas con materiales baratos. Por su parte, Kassel, una ciudad gris en el norte de Hesse, cerca de la línea de demarcación entre los bloques de Europa del Este y Occidente, tomó la delantera a Venecia y a su algo anticuada Biennale y se constituyó en la plataforma internacional de más prestigio entre las prometedoras tendencias del arte contemporáneo. Como de costumbre, la que probablemente pueda considerarse mejor colección de pop art no se encuentra en museos norteamericanos, sino europeos. Repartida por distintos países, sigue unida bajo los auspicios de los coleccionistas Peter e Irene Ludwig.

La pasión desatada por el pop art desde que los primeros cuadros vieron la luz pública en pequeñas exposiciones no se ha enfriado. Muy al contrario, sigue creciendo. La reacción del público joven ante las obras no es menos entusiasta, por mucho que a sus ojos la mayoría de ellas muestre ya un formato clásico y parezca alejada de su propio ambiente. Un artista como Andy Warhol ocupa con toda naturalidad un lugar en el Olimpo de los ídolos pop, junto a los astros de la música y el cine. Y no sin razón. Retrospectivamente se ha evidenciado como el representante más importante del pop art por ser el más consecuente. Y lo único que sorprende es que, aunque nadie discuta seriamente su rango artístico, goce de una popularidad en principio reservada a los músicos y nunca dispensada a ningún otro representante del mundo de la pintura –con excepción, a lo sumo, de Picasso. Así pues, parece ser que al menos a un artista le ha sido posible salvar el tradicional abismo entre la obra de arte de prestigio y la gran popularidad.

Desde el inicio, un gran número de equívocos y malentendidos marcó la trayectoria de un grupo de artistas británicos y estadounidenses que rompieron con muchas de las nociones sobre el arte vigentes hasta entonces, mientras que, por el contrario, se ratificaban firmemente en otras, pues no querían situarse fuera del célebre triángulo formado por artistas, coleccionistas privados y museos, un territorio donde la noción de arte era ya bastante flexible. El propio arte se había encargado de eso, convirtiendo en sistemática la infracción constante de las reglas. A consecuencia de ello, los heraldos podían escribir y contar la historia reciente como una historia de rebelión permanente contra las gastadas fórmulas del arte, encarnada por incontables «ismos».

El calificativo «vanguardia» aportó una cierta unidad a una sucesión aparentemente interminable de obras no convencionales que

1955 — Billy Wilder rueda el largometraje *La tentación vive arriba.*

1955 — Muere Albert Einstein.

1956 — Muere en un accidente Jackson Pollock.



3. ROBERT RAUSCHENBERG
Dylaby
1962, técnica mixta, 250 x 170 x 46 cm
Nueva York, Sonnabend Gallery

4. JASPER JOHNS
Painted Bronze (Savarin Can)
1960, bronce pintado, altura 34 cm, diámetro 20 cm
Propiedad del artista

5. EDWARD KIENHOLZ
Portable War Memorial
1968, técnica mixta, 2,85 x 9,50 x 2,40 m
Colonia, Museum Ludwig



3



4

durante el último cuarto del siglo XIX sacudieron el academicismo artístico parisino y cuyos impulsos indudablemente liberadores no tardaron en propagarse a los países vecinos. Aunque con posterioridad ciertos artistas opinaron que era mejor devolver la expresión excesivamente utilizada de «vanguardia» a los militares, de los cuales se había tomado prestada, dicha denominación describía con bastante precisión la manera como se entendía a sí mismo un arte conscientemente moderno. A la luz de esa visión que tenía de sí mismo, el arte evolucionó en forma de cadena casi interminable de tendencias opuestas. Sus eslabones individuales fueron el impresionismo, el puntillismo, el simbolismo, el expresionismo, el fauvismo, el cubismo, el constructivismo, el dadaísmo y el surrealismo, hasta llegar al expresionismo abstracto y al informalismo, avanzadilla inmediata del pop art.

Críticos e historiadores del arte han destilado con notable esfuerzo y habilidad los rasgos característicos de cada corriente y los han presentado como peculiaridades estilísticas. No obstante, a menudo han pasado por alto las conexiones subliminales y han acabado por poner los cimientos de una visión del arte que se rige principalmente por lo externo, es decir, por los distintivos más característicos. En más de un sentido, los equívocos y malentendidos se convirtieron en fieles acompañantes de todas esas corrientes artísticas, aunque, paradójicamente, acabaron reforzando su efecto de forma considerable. Tuvieron especial relevancia las polémicas opiniones contra la vanguardia. No todas fueron totalmente contraproducentes y algunas incluso se revelaron como marcadamente productivas. No es casualidad que denominaciones como impresionismo o cubismo, acuñadas en un principio como insultos, acabaran imponiéndose, puesto que designaban los cambios de rumbo más característicos y obvios en una obra de arte.

La raíz del dilema se esconde en las propias obras de arte y es, además, su principal capital, ya que al contrario de lo que ocurre con las habituales manifestaciones del tipo más diverso, la ambivalencia es su principal característica. Dicha ambigüedad les permite superar la propia relación con la época. Con todo, ambigüedad no debe confundirse con arbitrariedad. Serían arbitrarias si tuvieran una respuesta a todos los desafíos imaginables. Las obras de arte cambian según la perspectiva desde la cual se miren y, no obstante, conservan una vigencia más allá de las vicisitudes de la época. Hay quien reconoce en ello la calidad de lo absoluto. A Robert Rauschenberg, comúnmente reconocido como uno de los precursores del pop art, se le atribuye la frase que nunca había visto una escultura tan bella como el urinario de Marcel Duchamp titulado *Fontaine*. Evidentemente, con ello invierte la intención del artista francés, transformándola en todo lo contrario. Y es que con el provocativo gesto de presentar el vulgar artículo de consumo nada más y nada menos que en una exposición de arte, el «Armory Show» de 1917 en Nueva York, Duchamp pretendía conseguir una determinada reacción. Su objetivo estético consistía en sustituir el arte contemplativo, que él denominaba «retinal», por un arte

1957 — La Unión Soviética pone en órbita los primeros satélites terrestres artificiales (*Sputnik I* y *Sputnik II*).

1957 — El ejército federal estadounidense obliga a las escuelas públicas a aceptar a niños de raza negra.



5

del intelecto. Lo que le importaba no era el objeto en sí, sino el hecho de dejar volar la fantasía, a la que daba rienda suelta en entornos desacostumbrados. Gracias al fértil equívoco de Rauschenberg, de repente el francés naturalizado estadounidense pasó a pertenecer a la genealogía del pop art, como si hubiera dirigido su atención al mundo cotidiano, cuando en realidad su objetivo era el mundo del arte. Sin embargo, la notoria víctima del malentendido nunca llegó a protestar. Puesto que nunca se ha llegado a probar si existía la *Fontaine* original o bien si la dirección de la exposición sin jurado, que la rechazó pese a lo convenido, fue engañada por un rumor propagado por Duchamp, se le reclama como padre del arte de las ideas, del arte conceptual.

No es casualidad que el nacimiento de la vanguardia se produjera en el momento en que el ente periodístico moderno empezó a desplegar todo su poder. Para el arte, una de las consecuencias más significativas de dicho desarrollo fue la aparición del crítico de arte profesional, quien ya no tenía por qué ser artista, ni contar con formación o talento artísticos. El fragor de la batalla entre los críticos de arte, que publicaban sus categóricos pros y contras en multitud de periódicos y revistas, permitió establecer un puente con el público. A partir de ese momento, la prensa iba a representar a la opinión pública. Con todo, previamente se había producido un cambio fundamental en la estructura de dicha opinión pública, constituida desde entonces por la burguesía. Si anteriormente el trato social se había regido por los rígidos preceptos de un aristocrático *ancien regime*, ahora el clima social y cultural estaba dominado por el discurso de unos ciudadanos iguales ante la ley. Aunque los artistas de la vanguardia nunca quisieron o pudieron identificarse íntegramente con los conceptos artísticos de la burguesía, se movían en el mismo terreno cultural. Terreno que, paradójicamente, más abonaban cuanto más se rebelaban contra sus hipotéticas cadenas.

Los artistas de más relieve siempre hablaron con palabras claras y sencillas de sus obras y de las ideas que en ellas ponían en práctica. Pero raramente se les escuchaba. En la versión de sus autoproclamados intérpretes, que no tardaron en comportarse como expertos, lo que pretendían los artistas sonaba cada vez más complicado, más cargado de significado, más misterioso que en sus propias explicaciones. Por ello, el enfrentamiento entre críticos contribuyó enormemente a la pujanza de la tendencia artística de cada momento y despertó el suficiente interés como para convertirla en objeto de discusión pública. De vez en cuando, los artistas se defendían de los equívocos excesivamente notorios, aunque en general, al darse cuenta de lo útiles que les resultaban, renunciaban a un ataque contundente. En sus declaraciones, y sin menoscabo para su profesión, el crítico Lawrence Alloway no cejó en su empeño de defender el pop art ante las interpretaciones cuestionables y las conclusiones erróneas que circulaban : «La gente se tomaba el pop art en broma, pero al mismo tiempo lo relacionaba seriamente con la comunicación de masas; el hecho de que en las creaciones de los artistas pop apare-

1957 — La bomba de hidrógeno, en poder de Gran Bretaña.

1958 — Nueva constitución de la República Francesa bajo el nuevo gobierno de Charles de Gaulle.



6



7

cieran elementos de dicho ámbito llevó a que la gente señalara el moderno ente de comunicación como fuente de dicho arte. Lo cual, naturalmente, es absurdo».[2] En el caso de los artistas británicos, su observación se corresponde a la realidad. En el inventario visual de la cultura comercial descubrieron un repertorio artístico apenas cultivado hasta entonces, pero lo sometieron a su visión subjetiva y lo transformaron estéticamente. Por el contrario, en lo referente a los estadounidenses, la explicación de Alloway es válida sólo hasta cierto punto y en ningún caso es aplicable a todos los artistas. Pero con sus observaciones el crítico británico da en el clavo. Y es que se trata de una cuestión de opiniones: ¿se distingue en el pop art una simple tendencia artística que se mueve en el marco acostumbrado del arte moderno o bien es una tendencia que ha dinamitado dicho marco y ha abierto la puerta hacia un nuevo arte con un nuevo concepto del propio arte? O formulado con más exactitud: ¿es el pop art una de las muchas variantes del arte moderno que han ampliado de forma continuada el espectro artístico con ámbitos de la existencia humana no tenidos en cuenta hasta entonces o bien marca una ruptura con el arte de vanguardia y, si cabe, un retorno consciente o quizá inconsciente a los conceptos artísticos contra los cuales se había erigido la vanguardia?

Por muy clara que parezca la alternativa, sería de ingenuos suponer que, en la práctica del arte, una pregunta de este tipo pueda responderse de forma igualmente clara. El problema nunca ha radicado en la exclusión de una u otra posibilidad: ni para los artistas ni para sus contemporáneos. Por ello, en cuestiones de pop art, la pregunta únicamente puede finiquitarse con un audaz «no sólo, sino también». Y es que la gran mayoría de los artistas y críticos que confiaron su corazón a ese nuevo idioma, más allá de toda diferencia, estaban de acuerdo en que el pop art se insertaba sin rupturas en el panorama de la vanguardia.

Lucy R. Lippard, una de las simpatizantes más comprometidas de un arte repleto de trivialidades comerciales, como tiras de cómic, fotografías de prensa, clichés de estrellas del cine, pintura cinematográfica, alimentos de papel maché y plástico, subrayó que «el pop art tiene más en común con la *post-painterly abstraction* de los estadounidenses Ellsworth Kelly o Kenneth Noland que con el realismo contemporáneo. Al hacer su aparición en Inglaterra, Estados Unidos y Europa, la gran masa reaccionó ante el pop art con ojos atónitos e indignación, mientras que muchos de los artistas y críticos se mostraron profundamente decepcionados. Y es que esperaban que del expresionismo abstracto [...] se derivara un "nuevo humanismo", que en Estados Unidos se había anunciado como "new image of man" y en Europa como "nueva figuración". En las pinturas pop, el ser humano puede aparecer ocasionalmente, pero sólo como robot accionado a distancia por el índice del usuario o bien como parodia sentimental de su ideal. Sin embargo, a otros observadores una reflexión tan frágil y poco crítica de nuestro entorno se les antojó como una nueva brisa, nuevos aires».[3] Dos aspectos de esta cita merecen una atención más detenida. Uno se expresa

1958 — Se celebra la EXPO 58 en Bruselas. **1958 — Mies van der Rohe construye el edificio Seagram en Nueva York.**
1959 — Günter Grass escribe la novela *El tambor de hojalata*.

6. ELLSWORTH KELLY

Red Curve
n. f., Litografía, 81 x 61 cm
Colección privada

7. KENNETH NOLAND

Provence
1960, acrílico sobre lienzo, 91 x 91 cm
Colonia, Museum Ludwig

8. GEORGE SEGAL

Portrait of Sidney Janis with Mondrian Painting
1967, técnica mixta, 177 x 143 x 69 cm
Nueva York, The Museum of Modern Art,
Sidney and Harriet Janis Collection



8

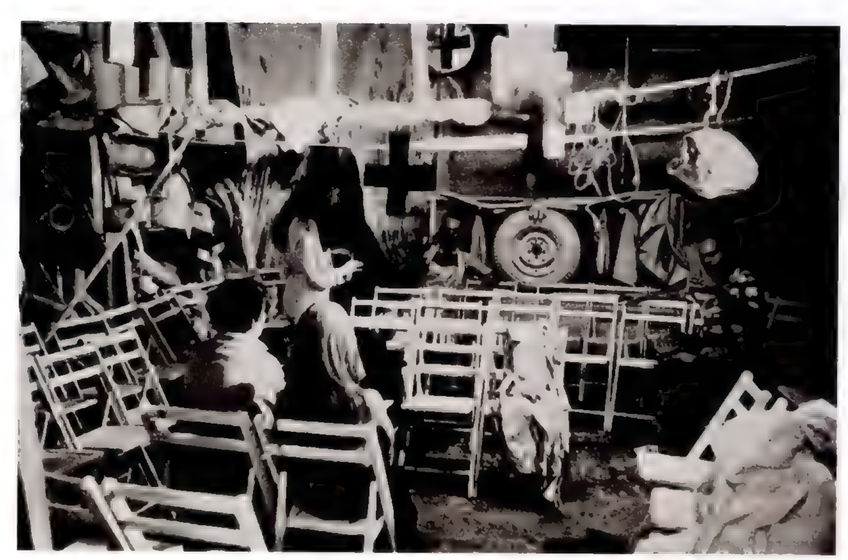
en la apreciación de Lippard según la cual el pop art presenta una mayor proximidad al arte de Kelly y de Noland que a expresiones artísticas convencionales como el realismo. El otro resalta la reacción de las denominadas grandes masas ante las obras del pop art, es decir: el rechazo abierto. Por desgracia, Lippard olvidó nombrar las razones de dicho rechazo. Y es que sorprende un poco que la mayoría de la gente desdeñara de forma manifiesta el pop art cuando en realidad debía de estar completamente familiarizada con el vocabulario y el material utilizados, pues eran objetos con los que trataba día tras día. ¿Podría ser esa la razón? ¿No podría ser que la reacción negativa a las pinturas y esculturas pop radicara en que se oponían completamente a la idea que la gente tenía del arte, bien porque lo relacionaban con un sentimiento de enaltecimiento psicológico, bien porque su conciencia estética había estado influida durante mucho tiempo por el arte de vanguardia, con el cual el pop art chocaba estrepitosamente?

De acuerdo con el modelo entonces vigente de un constante progreso artístico como el que parecía propagar la vanguardia, la evolución del arte moderno desembocaba casi automáticamente en el campo de la abstracción. Por ello Lippard se esforzó, en cierto modo, por situar las obras de los artistas pop bajo el paraguas estético de la abstracción y así no poner en peligro su condición progresista. Es significativo que delimitase a su protegido frente al realismo artístico, pero no frente al potencial atractivo de los medios de comunicación comerciales que habían proporcionado al pop art el material, los temas y en muchos casos incluso el modo de representación. La razón es comprensible. Si las múltiples y cada vez más controvertidas formas en que se manifestaba la vanguardia presentaban un denominador común, ése era su íntima enemistad contra toda variante del realismo artístico. No debemos olvidar que cuando Lucy R. Lippard escribió su análisis, una de esas variantes todavía estaba muy viva políticamente: la desafortunada doctrina del «realismo socialista». La Unión Soviética, junto con sus países satélite, aún constituía una seria amenaza para el hemisferio capitalista. La guerra fría seguía ensombreciendo el panorama artístico.

Tal como sería de esperar, en sus declaraciones verbales los artistas se reconocían sin reservas como vanguardistas. Algunos habían intentado sin éxito definirse como expresionistas abstractos de tercera generación. Y todos habían recibido formación artística. Jim Dine mantuvo contactos más bien esporádicos con el pop art, aunque en sus pinturas utilizaba motivos como corbatas de dimensiones enormes y muchos le contaban entre los artistas de dicha tendencia. Al ser entrevistado sobre su relación con un arte de inventario popular, matizó: «Mis sentimientos al respecto no son demasiado claros. No me dedico exclusivamente a la reproducción de lo popular. Me interesa más bien como parte de mi paisaje. Estoy convencido de que todos en todo momento somos conscientes de dicho paisaje, del paisaje artístico, del vocabulario artístico, del diccionario artístico». Para atajar conclusiones precipitadas, añadió: «No creo que se produjera una

1959 — El cineasta francés de la *nouvelle vague* Jean-Luc Godard rueda el largometraje *Al final de la escapada*.

1959 — El avión supersónico Boeing 707 reduce a ocho horas la duración del vuelo entre París y Nueva York.



9

9. ALLAN KAPROW
Ensayo del happening Car Crash
de Jim Dine, 1960

10. ANDY WARHOL
Big Torn Campbell's Soup Can (Vegetable Beef)
1962, óleo sobre lienzo, 274 x 152 cm
Colección privada

11. ROBERT INDIANA
Love Rising
1968, acrílico sobre lienzo, 4 paneles, 370 x 370 cm
Viena, Museum moderner Kunst –
Colección Ludwig

ruptura brusca y sustituyera al expresionismo abstracto». Aunque Roy Lichtenstein, estadounidense como Dine, movilizara en sus pinturas la fuerza visual de las populares tiras de cómic, negó estar al mismo nivel artístico que sus autores y citaba formas de arte experimentales como fuente de inspiración: «Pensaba más en los *happenings* de Oldenburg, Dine, Whitman y Kaprow. Conocía bien a Kaprow; habíamos sido compañeros en Rutgers. Yo no había asistido a demasiados *happenings*, pero parecían concentrarse sobre todo en el desarrollo de la industria americana e hicieron que me plantease una serie de cuestiones sobre objetos y prácticas comerciales». Únicamente Andy Warhol, quien desde un estadio muy temprano produjo sus «pinturas» mediante el comercial método de la serigrafía, se salía de la línea defensiva. Con toda franqueza declaró: «Me parecería colosal que más gente utilizara la serigrafía, así nadie podría saber si se trata de una pintura mía o de otra persona». A la objeción de que este tipo de prácticas pondrían la historia del arte patas arriba, respondió con un simple «sí».

Los tres artistas mencionados representan distintas maneras de enfocar el pop art, pero según Lippard sólo Lichtenstein y Warhol pertenecían al núcleo de la tendencia, y no Dine, quien siempre se andaba con rodeos.

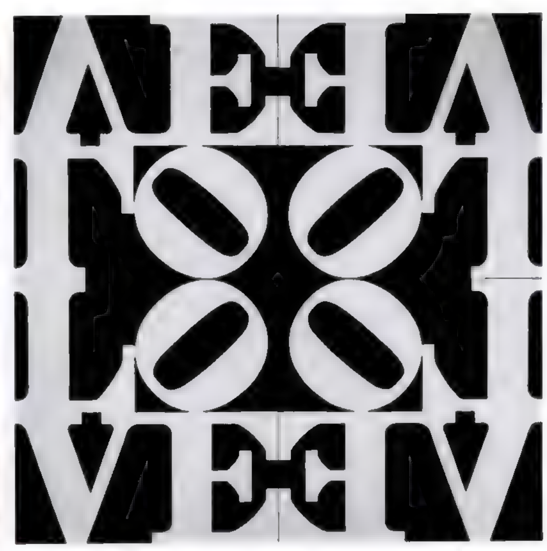
En conjunto, las declaraciones de la mayoría de los artistas parecen reforzar los diagnósticos de Alloway, Lippard y la mayor parte de sus intérpretes, según los cuales el pop art sólo ha constituido una de las muchas mutaciones del arte contemporáneo. En su opinión, el pop art no revolucionó en modo alguno la conciencia del arte moderno, como había sugerido Warhol. Por ello aún resultan más sorprendentes los ataques a veces furiosos que críticos oficiales lanzaron contra esta versión del arte. Se trata de críticos con conocimientos acreditados, osados defensores de la vanguardia. Un estrado de Nueva York repleto de pesos pesados del mundo de la crítica y la historia del arte ofreció un ejemplo muy instructivo de ello. El 13 de septiembre de 1962, el Museum of Modern Art organizó un simposio sobre pop art sin motivo plausible. No había exposición ni adquisición alguna que lo justificara. Gracias a su ejemplar colección y a las exposiciones de arte moderno que marcaban nuevas tendencias, dicha institución se había ganado la reputación de estandarte indiscutible de la vanguardia en el panorama artístico internacional. Con todo, sorprende la fecha, muy temprana. Y es que más allá de la Calle 10 de Manhattan, donde pequeñas galerías habían mostrado las obras de los artistas, el pop art apenas brillaba aún. Ni siquiera había llegado a las mejores galerías de Manhattan. Además, el término tampoco era habitual. Competía con otras denominaciones como neo-dadaísmo, *New Sign Painting* y *New American Dream*. No obstante, el departamento de pintura y escultura del Museum of Modern Art poseía exactamente seis obras de dicha procedencia. Los curadores responsables de la pintura y la escultura, el legendario Alfred Barr hijo, antiguo director del museo, y la competente Dorothy C. Miller, no considera-

1960 — Empieza en Ginebra una conferencia de desarme a la que asisten diez potencias. Los bloques occidental y soviético rechazan las mutuas propuestas de desarme.

1960 — El arquitecto alemán Hans Scharoun erige la sede de la orquesta filarmónica en Berlín.



10



11

ron necesaria su participación en el evento, que pese a todo iba a tener amplias consecuencias no sólo para el museo sito en la Calle 46. El ejército de entusiastas del pop estaba pobremente representado en el estrado. En realidad se encontraba reducido a una única persona: Henry Geldzahler, un joven ayudante de curador del Metropolitan Museum of Art. Peter Selz, organizador del encuentro y en su día curador del departamento de exposiciones del MoMA, no ocultó su actitud escéptica respecto al pop art. Los demás participantes se replegaron a la expectativa o bien abrieron fuego con argumentos certeros contra el posicionamiento estético de los artistas pop. Según el conservador Hilton Kramer, el crítico más celebre del *New York Times,* la organización de un simposio equivalía ya a tomar parte abiertamente a favor del pop art.

Con todo, durante el fuego cruzado de opiniones enfrentadas surgió la pregunta caudal: ¿Podía considerarse arte? Y, en este caso, al decir arte se hacía referencia exclusivamente al arte moderno, a la vanguardia. Según el punto de vista compartido de forma prácticamente unánime, la vanguardia era un arte libre en cuanto al modo de representación o, dicho técnicamente, «non-representational»: los criterios de expresión artística sólo podía fijarlos el propio arte. Estaba prohibido mirar hacia la realidad, y todo esfuerzo por procesar estética y artísticamente las impresiones de lo real caía en el anatema de lo no artístico y de lo superado históricamente. En el trabajo de un auténtico artista, el mundo exterior no podía desempeñar papel alguno. Mientras Selz censuraba que Lichtenstein hubiera trasladado «casi directamente» las fuentes de los cómics a sus pinturas, Stanley Kunitz, poeta, crítico y ganador del Pulitzer, reprochaba a los cuadros de Warhol con etiquetas de sopa enlatada Campbell's que hubieran sido reproducidos mecánicamente, sin siquiera recurrir a un lápiz. Geldzahler objetó que al menos Lichtenstein había intervenido artísticamente en la estructura de sus propuestas. Después de unas risas generalizadas, la historiadora de arte y famosa escritora Dore Ashton contraatacó con la envenenada réplica de que eso sólo lo podía haber visto con una lupa.

A los ojos de sus destacados adversarios, al pop art le faltaba impulso revolucionario en el sentido artístico. Sus «signos, divisas y ardides proceden directamente de la ciudadela burguesa, del bastión donde toman forma las imágenes y necesidades del hombre del montón», afirmó Kunitz, y Selz lo remató declarando que los artistas pop representaban «el espíritu del conformismo y de la burguesía». Con gran ingenio, Hilton Kramer, llevó las consideraciones al siguiente punto: el pop art «no se diferencia en nada del arte de la publicidad». Al fin y al cabo, ambos tenían por objetivo «reconciliarnos con el mundo de los artículos de consumo, de las banalidades y las vulgaridades». A la vista de semejantes pretensiones, insistió en ofrecer una firme resistencia.

Sobre la discusión planeaba como una especie de padre todopoderoso el influyente Clement Greenberg. Sólido y elocuente publi-

1960 — Oscar Niemeyer empieza a construir la capital brasileña, Brasilia. **1960 — Alfred Hitchcock rueda el largometraje *Psicosis.***

1960 — Surge el *nouveau réalisme* en Francia. **1961 — John F. Kennedy es elegido presidente de EE.UU.**



12

12. LARRY RIVERS

Friendship of America and France (Kennedy and De Gaulle)
1961–1962, óleo sobre lienzo, 130 x 194 x 11 cm
Courtesy Marlborough Gallery Inc., Nueva York

cista con un alto grado de formación, había proporcionado al arte abstracto norteamericano un respaldo teórico, y con sus ensayos y sutiles actuaciones había contribuido considerablemente a su reconocimiento internacional. Aunque el ocaso del expresionismo abstracto se había iniciado hacía ya tiempo, la influencia de Greenberg no había disminuido. Lo que decía y escribía ya no tenía rango de ley, pero sí mucho peso. Ya en el año 1939, con un ensayo titulado *Vanguardia y kitsch* que hizo época y se reeditó en varias ocasiones, había forjado las armas intelectuales para un arte depurado de ingredientes ajenos al arte. Los adversarios del pop art repetían en un patrón menos refinado lo que Greenberg había perfilado y fundamentado a conciencia. Sin embargo, no es la solidez lo que ha garantizado que medio siglo después de su publicación sus hipótesis no hayan perdido interés, sino la circunstancia de que llegaran a la teoría del arte precisamente gracias al pop art. ¿El motivo? Si bien el pop art bandeó la definición de lo artístico propuesta por Greenberg, ésta había puesto de relieve gráficamente y con todo detalle los aspectos nuevos y distintos del pop art. Lo que puede sonar a paradoja pierde su carácter paradójico cuando se fija la mirada en los ámbitos que categóricamente excluyó de su definición.

Consciente de que resultaría polémico, Greenberg proyectó el término alemán *kitsch* sobre el aspecto óptico de la cultura de masas: «... simultáneamente al surgimiento de la vanguardia, en el Occidente industrializado se produjo un segundo fenómeno cultural de nuevas características, lo que los alemanes designaron con el magnífico calificativo de *kitsch:* arte y literatura populares y comerciales, impresos a cuatro colores, fotografías de portada en revistas, ilustraciones, anuncios, novelas a diez céntimos, cómics, éxitos musicales, claqué, películas de Hollywood, etc., etc. Por alguna razón, este gigantesco fenómeno siempre se ha considerado algo natural. Ha llegado la hora de preguntarse cómo y por qué».[14] Dejando de lado algunas de las categorías de la negativa lista de Greenberg, la suma de las partidas individuales constituye el inventario preferido del pop art.

El estigma de la cultura popular era y sigue siendo su carácter comercial. Con todo, el crítico reconocía que también podía seducir a artistas exigentes: «Los enormes beneficios que llega a generar el *kitsch* son para la vanguardia una fuente de tentaciones que sus miembros no siempre son capaces de resistir [...] pero en todos los casos, el resultado va en detrimento de la auténtica cultura». El autor, aunque situado a la izquierda del espectro político, al hacer público su ensayo no tuvo reparos en esgrimir una cachiporra moral contra un arte que gozaba del favor del público. Respecto al artista o escritor sincero y leal a la vanguardia, que no entra en contacto con las maquinaciones de su entorno, declaró: «debe mantener el elevado nivel de su arte encumbrándolo a la expresión de un absoluto en el que todo lo relativo y contradictorio desaparece o deviene secundario, limitándolo así a lo absoluto. "L'art pour l'art" y la "poesía pura" han empezado a manifestarse, y todo lo referente al tema y al contenido se

1961 — El 13 de agosto, la RDA levanta el muro entre Berlín Este y Berlín Oeste.

1961 — Los Beatles actúan en el Star Club de Hamburgo.



13



14

13. ANDY WARHOL

Joseph Beuys
1980, serigrafía, 111 x 76 cm
Londres, Arts Council Collection, Hayward Gallery

14. ANDY WARHOL

Dick Tracy
1960, caseína y lápices de colores sobre lienzo, 122 x 86 cm
Colección privada

evita como la peste». Greenberg siempre perseveró en estas máximas estéticas fuertemente inspiradas en los rasgos de ingenio de la filosofía idealista alemana y que, lejos de convertirse en el producto de un capricho particular, dominaron con éxito cambiante el ideario del panorama artístico occidental hasta la irrupción del pop art. No importaba que fuera un concepto teórico de formulación tan rígida como el de Greenberg el que dictara los conceptos estéticos o bien la apreciación de que el arte moderno era un motor de innovación inagotable que producía nuevas y sorprendentes experiencias en cantidades industriales. Todo el mundo coincidía con su punto de vista: «Picasso, Braque, Mondrian, Miró, Kandinsky, Brancusi, también Klee, Matisse y Cézanne obtienen su principal inspiración del medio en el que trabajan. Lo sensacional de su arte radica sobre todo en su dedicación exclusiva a la búsqueda y ordenación de espacios, superficies, formas, colores, etc., un proceso que excluye todo lo que no queda necesariamente contenido en dichos elementos».

De hecho, no es que los artistas pop mandaran a paseo el espacio, la superficie, la forma y el color, pero al menos en sus inicios intentaron ampliar enérgicamente estas perspectivas interrelacionadas y abrir de par en par las ventanas de un arte demasiado hermético para que entrasen los frescos aires de la calle. No era en absoluto la primera vez que una tendencia artística volcaba su atención en el trajín de la esfera cotidiana. Mucho antes de que el arte se liberara de las cadenas que suponían la finalidad y el servicio para dedicarse únicamente a ser arte, ya había dirigido su mirada a aspectos visibles e invisibles situados fuera del marco. Y desde distintas alturas. Al servicio de la Iglesia y de la aristocracia mundana, había celebrado sus respectivas actitudes frente a Dios y al mundo. Al servicio de la burguesía había reproducido la visión burguesa del mundo y de todo lo que ésta consideraba esencial. El arte moderno basaba su propio concepto en la certeza de haberse liberado de dichas obligaciones. Sin embargo, algunos de sus adversarios calificaban dicha interpretación de medida de autoprotección y afirmaban que el arte se había visto liberado de sus antiguas obligaciones porque su cometido podía llevarse a cabo con mejores resultados por medios técnicos como la fotografía o el cine, o por formas de comunicación comerciales como los anuncios, las revistas ilustradas o las tiras de cómic. En cualquier caso, una cuestión sí es indiscutible: desde la aparición de este «segundo fenómeno cultural de nuevas características» (Greenberg) y su masiva propagación, el arte se ha establecido como un fenómeno cultural independiente, implicado a lo sumo indirectamente en los contextos de la realidad visible y experimentable.

En el terreno del arte moderno, toda búsqueda de un punto de fuga histórico para el pop art acaba irremisiblemente en el dadaísmo o en Duchamp. Se imponen los paralelismos de forma. Gracias a unos recortes inteligentemente combinados, el cosmos de las imágenes comerciales despide ya un resplandor pasajero en los *collages* dadaístas de Raoul Hausmann y Hannah Höch, de George Grosz y John

1961 — Primer vuelo espacial tripulado de la URSS. El 12 de abril, Yuri Gagarin da la vuelta a la Tierra.

1961 — Ernest Hemingway se suicida.

1962 — Se produce la crisis cubana.



15

15. KURT SCHWITTERS

Merzbau
hacia 1933, técnica mixta
Hannover, Sprengel Museum Hannover

16. GEORGE SEGAL

The Butcher Shop
1965, escayola, madera, metal, vinilo y plexiglás, 238 x 252 x 123 cm
Toronto, Art Gallery of Ontario,
Gift of the Women's Committee Foundation

17. TOM WESSELMANN

Smoker 1 (Mouth 12)
1967, óleo sobre lienzo, 2 piezas, 277 x 216 cm
Nueva York, The Museum of Modern Art,
Susan Morse Hilles Fund

Heartfield. Max Ernst formó su universo fantástico a partir de ilustraciones populares. El engrudo y las tijeras sustituyeron al pincel y al color, y las revistas ilustradas se convirtieron en el medio en el que se desarrollaba el arte. El dadaísta alemán Kurt Schwitters construyó en su casa de Hannover un habitáculo a partir de deshechos y lo denominó *Merz*. El dadaísmo había situado de forma ostensible el arte de la burguesía en su punto de mira, sobre todo aquel basado en la formación y el buen gusto. Sus creadores tenían el convencimiento de que el dadaísmo suponía «una buena bofetada» a la burguesía y de hecho hicieron tabla rasa de dicha capa social y de su cultura. ¿Cabía la posibilidad de que el pop art se encontrase en un punto de partida cultural comparable?

Difícilmente, ni a nivel político ni económico. En general, las obras más características de los artistas pop atestiguan una ausencia total de política. Las indirectas contra los abusos de la sociedad capitalista sólo aparecen de forma aislada, pero sin minar el fundamento del consenso social. En el mejor de los casos ponen de manifiesto los mecanismos ocultos de la sociedad. Por otro lado, también los cubistas habían descubierto el mundo de la cultura de masas y pegaban trozos de revista a sus láminas. En su cuadro *Odol* (1924), el artista norteamericano Stuart Davis pintó una botella con elixir contra el mal aliento. La lista de potenciales precursores podría ampliarse sin tener que recurrir a ninguno de los censurados realistas. En Estados Unidos, a ningún artista pop se le ocurrió loar la superioridad de la anarquía. Sólo el cine *underground*, en el que Warhol colaboró en un par de trabajos significativos, se declaraba partidario de la revolución estética, al tiempo que denunciaba las convenciones del cine narrativo y artístico.

El hecho de que en la pintura y la escultura británicas predominara una clara fascinación por la variopinta fábrica de imágenes del consumo y por la cultura del comercio tenía su origen en causas comprensibles. En las décadas de 1950 y 1960, mientras Estados Unidos vivía una fase de prosperidad económica y las curvas del consumo particular alcanzaban cotas máximas, la economía de Gran Bretaña todavía se estaba recuperando de las devastadoras consecuencias de la Segunda Guerra Mundial y la situación mejoraba mucho más despacio que en la República Federal de Alemania, el país de los perdedores. A medida que el brillo y el resplandor de la publicidad comercial, así como los sueños de Hollywood, iban conquistando las calles del apesadumbrado Londres, empezaron también a ejercer su seductor encanto sobre los artistas.

Richard Hamilton, quien ya había realizado réplicas para Duchamp, se enfrentó a los desafíos visuales de la cultura del consumo con sentimientos ambivalentes. Su *collage ¿Qué es eso que hace los hogares de hoy tan diferentes, tan atractivos?* (1956), magnífico ejemplar temprano de inversión de la polaridad artística, reúne en una habitación excesivamente amueblada, con escalera, las figuras estándares del mundo visual más trivial. Fue concebido como contribución al catá-

1962 — Muere Marilyn Monroe.
1962 — Primer vuelo espacial tripulado de Estados Unidos.
1962 — Primer satélite televisivo Telstar.
1963 — Asesinato de John F. Kennedy en Dallas (Texas).



16



17

logo de la exposición «This is Tomorrow» (1956) de la Whitechapel Gallery londinense, pero no para ser exhibido. Fue también el motivo del cartel que la anunciaba.

Y si bien «This is Tomorrow» no exhibió obras del pop art en su estado más incipiente, sí les proporcionó el impulso decisivo. Estaba compuesta por doce exposiciones individuales en gabinetes cerrados, donde los participantes, preferentemente arquitectos y urbanistas, hicieron realidad sus proyectos como mejor les pareció. El intríngulis consistía en situar el punto de mira en las realidades visuales del entorno civilizado. «Lo que de ello surgió fue asombroso: la escala de la oferta abarcaba desde pabellones puramente arquitectónicos hasta la turbulenta y prodigiosa representación teatral de una feria anual, pasando por escaparates de grandes almacenes». (Richard Hamilton) La iniciativa tuvo una función reveladora y en ella se mostraron horizontes desconocidos para futuras evoluciones artísticas. Al margen de todo esto, «This is Tomorrow» supone un ejemplo de la importancia creciente de las exposiciones en la circulación pública del arte. Éstas se establecieron como puntos de reunión que agrupaban iniciativas artísticas aisladas en tendencias manifiestas.

Hamilton observó: «Para mí, no era tanto una cuestión de encontrar formas de arte sino de poner a prueba ciertos valores. "Nos oponemos a aquellos que ante todo se dedican a crear un nuevo estilo. Rechazamos la idea de que el 'mañana' pueda expresarse a través de conceptos formales rígidos. El 'mañana' sólo puede ampliar el alcance de nuestras experiencias visuales actuales. No necesitamos la definición de una obra plástica de gran valor, sino el desarrollo de nuestro potencial de perspectiva para poder aceptar y aplicar el constante enriquecimiento del material visual." Todos los cuadros creados desde 1956 representan el intento de asimilar dichas ventajas de la manera más ecléctica, abarcando lo máximo posible».

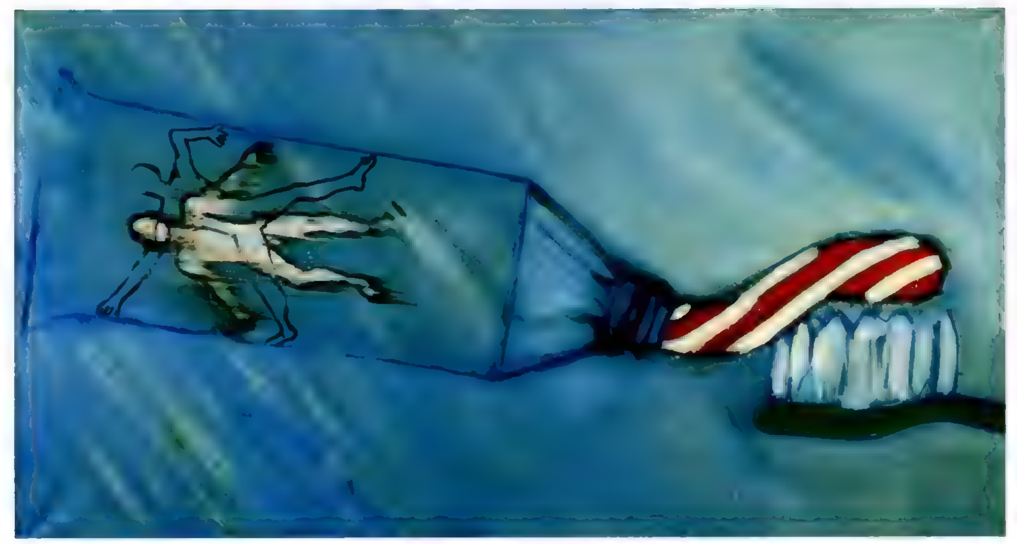
El artista no tenía intención de negar la primacía del arte ante los desafíos visuales de la cultura urbana de masas. En lugar de modificar dicha situación quería garantizar un inventario no utilizado hasta entonces –lo llamaba material– que mediante las formas plásticas de la publicidad, el cine y la televisión administrara una estimulante cura con células frescas al arte «elevado», cuya arrebatadora fuerza parecía decaer cada vez más. Y con ello, Hamilton, al igual que todos los artistas animados por esos mismos sentimientos, cometió un sacrilegio contra la definición de vanguardia de Greenberg: convirtió el capital creador de las posibilidades artísticas en objeto de sus reflexiones. «Si la vanguardia imita los procedimientos del arte, el *kitsch* [...] imita sus efectos», decretó Greenberg. Cualquier contacto con la cultura comercial significaba irremisiblemente la infección y un daño irreparable a la pureza del propósito artístico.

Con todo, Hamilton sólo se permitió un pequeño paso más que Francis Bacon. El pintor incorporó en sus cuadros fotografías fijas del legendario largometraje de Sergei Eisenstein *El acorazado «Potemkin»* (1925) y fotografías en movimiento de Eadweard Muybridge, transfor-

1963 — Graves disturbios raciales en EE. UU.

1963 — Ingmar Bergman rueda el largometraje *El silencio*.

1963 — Primera cámara rápida de tipo Instamatic de la marca Kodak.



18

mándolas sin esconder su origen. En el mundo del arte, su decisión fue muy tenida en cuenta. Contrariamente a Bacon, Hamilton no intervenía en la estructura del material fotográfico, sino que a partir de distintos elementos de las fotografías documentaba una realidad fotográfica distinta de la de los materiales utilizados. Su trabajo *My Marilyn* (1964) combinaba una serie de retratos de la estrella de cine Marilyn Monroe, en biquini y en la playa. Reproducía tomas de contacto. El artista coloreó parcialmente algunas de las fotografías y les confirió un carácter ajeno a la realidad tanto mecánica como artesanalmente. En otros de sus cuadros, los modelos fotográficos sufrían una transformación mediante suaves formas pictóricas como las habituales en la publicidad de cosméticos. Aun así, a pesar de su aproximación a los clichés fotográficos, Hamilton se mantuvo alejado de las «imágenes» de la cultura del consumo.

Fueron principalmente los críticos europeos quienes atribuyeron al pop art británico una actitud crítica hacia la iconografía industrializada de los medios de comunicación de masas, aunque la mayoría de las obras no lo justifica. Así, Peter Blake, Richard Smith, Derek Boshier, Patrick Caulfield, David Hockney, Allen Jones y Peter Phillips abordaron el tema de las formas visuales de la cultura popular con propósitos variados y distintos grados de intensidad y extensión. Y con sus robots de colores chillones, Eduardo Paolozzi, lejos de ser un artista pop en toda regla, al menos rindió tributo a los fantásticos engendros de la civilización moderna. Pero todos ellos refundieron el decorado elegido, el idioma comercial, en un lenguaje artístico subjetivo y le forzaron a acuñar su visión, aunque renunciaron a envolver sus declaraciones con una escritura expresiva. Su gesto era reservado y objetivo, casi abstracto, o como de segunda mano. Por su parte, el procedimiento artístico empleado, con un toque impersonal y prefabricado, les relaciona con los artistas pop norteamericanos más radicales, como Oldenburg, Lichtenstein, Rosenquist, Wesselmann y Warhol.

En su cuadro *En el Balcón* (1955-1957), Peter Blake exhibe el arsenal completo de imágenes de producción industrial: portadas de las revistas ilustradas *Life* y *Weekly Illustrated,* postales artísticas a todo color, fotografías de estrellas del pop, un desfile de la realeza, una instantánea de Sir Winston Churchill con el rey y la reina y una caricatura. Al mismo nivel, organizó las reproducciones de varios cuadros, entre ellos *El balcón,* de Manet (1868). A todo ello se añaden, además, utensilios de uso cotidiano, una botella medio llena de agua mineral o gaseosa, un paquete de margarina, un periódico y otros objetos diversos. La provocación radica en la mezcla. Todo está minuciosamente pintado. El resultado es un cuadro de extraordinaria delicadeza estética, un *collage* pintado y, si se quiere, la sagaz conversión de una técnica artística «progresista» en la pintura de los antiguos maestros.

Richard Smith, quien no tardó en establecerse en Estados Unidos, supo relacionar las conquistas del arte abstracto con los están-

1963 — Surge el movimiento *fluxus* en Alemania. **1964 — El Partido Laborista llega al poder en Gran Bretaña.**
1964 — Jean-Paul Sartre rechaza el premio Nobel.



19

18. DEREK BOSHIER

First Tooth Paste Painting
1964, óleo sobre lienzo, 76 x 137 cm
Sheffield, City Art Galleries

19. RICHARD PETTIBONE

Andy Warhol – Marilyn Monroe
1968, serigrafía sobre lienzo, 13 x 13 cm
Nueva York, The Museum of Modern Art,
Frances Keech Bequest

dares visibles de la cultura del consumo. Cajetillas de cigarrillos y cajas para el transporte de alimentos producidos industrialmente le estimulaban a crear gigantescas imágenes ilusionistas sin menciones directas al vocabulario visual de los medios de comunicación de masas. A veces cortaba el formato de sus lienzos pintados de manera que, tras darles color, parecieran figuras tridimensionales.

Derek Boshier conservó rastros de pintura expresiva, inoculada con una carga irónica. En *First Tooth Paste Painting* (1962) coloca una figura supuestamente masculina agitándose sobre un tubo de pasta dentífrica que penetra horizontalmente en el fondo azulado desde el lado izquierdo. A la derecha, la pasta brota con las habituales franjas rojas y blancas sobre un cepillo de color verde. Al igual que Blake, Boshier es un pintor excelente y no es demasiado probable que su intención fuera sacrificar las cualidades de su medio artesanal al poder de las imágenes comerciales. Sus cuadros «podrían calificarse también como visiones de utopías negativas. Los avances tecnológicos y los prototipos prefabricados devoran o ahogan al individuo». (Tilman Osterwold) Smith, amigo de Boshier, va más lejos. Sus cuadros son «comentarios sociales», aunque «con locuciones cómicas, alocadas. Billy Wilder afirmó: Sólo hay una cosa que me moleste más que no me tomen en serio, y es que me tomen demasiado en serio.»

Allen Jones elevó la cólera de las feministas a sus cotas máximas. Junto al pop en el panorama cultural y la elección de John F. Kennedy como presidente de Estados Unidos en el plano político, la masiva consolidación del movimiento feminista fue un signo más del desmoronamiento de las estructuras encostradas del sistema social occidental. Al celebrar de forma francamente enfática los pechos, las nalgas y las piernas de sus modelos femeninos hasta convertirlos en objetos fetichistas, el lacónico diagnóstico fue: sexista. Al fin y a cabo, el artista había convertido unos maniquíes femeninos en mesas y sillas. Una maliciosa invitación al uso. Pese a todo, el artista no abandonó con sus objetos el sistema conocido del arte; sólo lo desgastó hasta despedazarlo. Negó haberse inspirado en las ocurrencias de la iconografía comercial. «Una cabeza con una corbata debajo es un símbolo, un tótem fálico» y no parte integral de «una iconografía popular».

Las ideas y obsesiones particulares también propulsan el universo artístico de David Hockney. Su estilo aparentemente infantil y gráfico confiere a sus cuadros un aura de placentera inocencia, y la luz, a menudo clara, un halo sobrenatural. Geldzahler, el amigo al cual dedicó algunos retratos –como *Henry Geldzahler and Christopher Scott* (1969)– pone en duda la afinidad del pintor con el pop art. Su razonamiento sorprende: si así fuera, su obra estaría demasiado ligada a lo coetáneo. «Probablemente sus fuentes de inspiración y sus modelos estén más cerca de los poetas George Herbert y Andrew Marvell, o bien de Degas o Toulouse-Lautrec, que de los titulares del día. Tan curioso como intelectual, en su estética de trabajo hay poco lugar para toda esa afluencia de datos que nos envuelve como un ruido de fondo.»[6] Exceptuando un puñado de obras de su época tem-

1965 — Se desarrolla el lenguaje de programación Basic. **1964 — Empieza la guerra de Vietnam.**
1965 — Muere Le Corbusier. **1965 — EE.UU. refuerza su compromiso militar en Vietnam.**



20

prana, no pintó ningún cuadro manifiestamente pop. *Tea Painting in an Illusionistic Style* (1961) es uno de ellos, un gracioso «shaped canvas» (lienzo con forma), concebido como caja de té para gigantes.

Ninguno de los artistas británicos de su generación se entregó tan incondicionalmente al espíritu y a la expresión de la cultura comercial como Peter Phillips. Junto con Boshier, Jones y Hockney se erigió en representante de la tercera ola del pop art en Inglaterra y, sabiamente instruido por el respetado Hamilton, de la segunda ola con tendencias figurativas. Sus características pinturas adaptan las caprichosas formas de los cuadros luminosos en las máquinas del millón, con sus vivos centelleos y chicas agresivamente atractivas, y los hinchan hasta una dimensión con pretensiones totalitarias. Obsequian a sus observadores con un implacable bombardeo de seducción visual. Durante sus dos años de estancia en Nueva York (1962–1964), el artista adquirió una pistola aerográfica, cuyo uso ya había considerado anteriormente, y puso en escena su fría iconografía con una técnica análoga. «El uso de una máquina era la evolución lógica, casi inevitable, de los métodos pictóricos que había utilizado hasta entonces. Uno de los resultados directos de la técnica con pistola aerográfica fue la inmediatez aún más clara e intensa de su lenguaje iconográfico.» (Christopher Finch) Con su radical renuncia a la escritura personal, la idolatría desenfrenada de las fórmulas iconográficas comerciales, así como la elección de formatos inusuales, Phillips no sólo se convirtió en el artista pop más consecuente de toda Gran Bretaña, sino también en el que mostraba una mayor proximidad espiritual con los artistas norteamericanos. Sólo Caulfield fue igual de consecuente.

La separación entre artistas estadounidenses y británicos, en el sentido de una ideología pop sin filtros, se deriva de la ruptura entre el desarrollo cultural estadounidense y la tradición europea. No puede fecharse con precisión, pero fue provocada y respaldada por el florecimiento de la cultura comercial que Greenberg había calificado de *kitsch*, una polémica etiqueta con la que dejó tantas pistas falsas como Alloway, cuya denominación de «cultura popular» resultaba mucho más amable. La cultura del pueblo, que desde otro ángulo visual firmaba como cultura de masas, no es ni el resultado de tradiciones culturales locales ni algo que haya surgido del mismo pueblo. Es producto de la creciente industrialización de las sociedades occidentales y regula sus contextos y mecanismos. Orientada a las expectativas de individuos urbanos con capacidad de consumo, filtra sismográficamente las posibles modificaciones de los estados de ánimo y los comportamientos colectivos. Sus promotores son creadores profesionales, los denominados artistas, que trabajan por cuenta ajena y deben convenir sus conceptos individuales con los de la persona que los contrata. Se les puede comparar a los artistas previos a la vanguardia o a los miembros de los gremios medievales y de las cofradías de principios de la era moderna. Su actividad también se desarrolla en condiciones de división del trabajo y no poseen ningún tipo de control final sobre

1966 — Distintas organizaciones (estudiantiles) alemanas se unen para formar la organización no parlamentaria APO (Oposición no parlamentaria).

1966 — Michelangelo Antonioni rueda el largometraje *Blow up*.

20. PATRICK CAULFIELD

Artist's Studio
1964, óleo sobre madera, 91 x 281 cm
Londres, The Arts Council of Great Britain

21. DAVID HOCKNEY

Henry Geldzahler and Christopher Scott
1969, acrílico sobre lienzo, 213 x 305 cm
Colección privada



21

los resultados de su obra. Los críticos culturales más comprometidos siempre recelaron de la producción de cultura organizada industrialmente. Para Max Horkheimer y Theodor W. Adorno representaba un instrumento de sutil represión, manipulado por los administradores y titulares del poder económico y político. Sus resultados tenían como único objetivo distraer a las personas de sus intereses primordiales y, mediante la colonización de su conciencia, desviar su atención hacia satisfacciones sustitutivas aparentes. Además, la fabricación masiva y estandarizada, proyectada teniendo en cuenta hasta el mínimo denominador común, favorecía una insidiosa superficialidad del nivel espiritual. Greenberg lo veía de forma parecida.

Ante el ejemplo del cine comercial, René König emitía una valoración diferenciada: «Si el carácter masivo de la oferta televisiva y cinematográfica tiene como efecto real la masificación del público, hay que presuponer o bien que el efecto se produce en todo lugar sobre una superficie uniforme o que el receptor es totalmente pasivo».[7] La primera suposición sería pura fantasía, puesto que los receptores estarían integrados en numerosos círculos sociales, cada uno con mentalidad propia, y además se diferenciarían en función del sexo, la edad, la profesión, los ingresos y las actitudes culturales; la segunda también, ya que sólo determinadas personas iban al cine y no todas reaccionaban de forma homogénea a la oferta. Gracias a su mayor alcance, el cine gozaba, frente a las artes tradicionales, de otro privilegio de valor inestimable. No cristalizaba «necesariamente las percepciones y los estados de ánimo de todos conocidos (manifiestos), reducidos a fórmulas fijas, sino especialmente los sentimientos latentes y a menudo subliminales, así como las expectativas [...] del inconsciente colectivo».

Es de suponer que Lichtenstein, Oldenburg, Rosenquist, Wesselmann y Warhol frecuentaron con más o menos pasión el cine, pero con toda seguridad fueron beneficiaros consuetudinarios del *American way of life*. Además, ya fuera por voluntad propia o para ganarse la vida, durante sus estudios o una vez terminados, todos se colocaron en gabinetes artísticos comerciales. Lichtenstein acumuló experiencia como dibujante técnico y diseñador de ventanas y chapa de acero. Oldenburg, de familia acomodada, probó suerte como periodista y publicó dibujos en revistas ilustradas. Rosenquist se dedicó temporalmente a dibujar anuncios y Wesselmann estudió dibujo de cómic. En la rama comercial, el artista que más fama y éxitos cosechó fue Warhol. Brilló con dibujos publicitarios de zapatos al estilo manierista. «Pero ante todo eran artistas que dedicaban todas sus fuerzas a la pintura seria. [...] Todos se esforzaban por dejar atrás aquellos anuncios desenfadados, con su imitación del arte moderno.» (Lucy R. Lippard)

La rapidez con que cambiaba el panorama artístico favoreció sus ambiciones. A principios de la era moderna eran los maestros quienes impulsaban y daban a conocer a sus oficiales; en la época de la burguesía, los profesores a sus alumnos, y, posteriormente, los escritores y críticos a los artistas modernos. Pero a partir de la van-

1966 — Llega a las galerías el arte minimalista.

1966 — Se produce la revolución cultural en China. **1966 — Los *happenings* se convierten en una forma de arte.**


22

22. CLAES OLDENBURG
Soft Typewriter
1963–1964, liquitex sobre lienzo con relleno de miraguano y construcción de madera, piezas de madera fijadas con cordel, 23 x 66 x 70 cm
Colección privada

23. JAMES ROSENQUIST
F 111
1964–1965, óleo sobre lienzo, 305 x 2621 cm
Nueva York, The Museum of Modern Art, Mr. and Mrs. Alex L. Hillman and Lillie P. Bliss Bequest

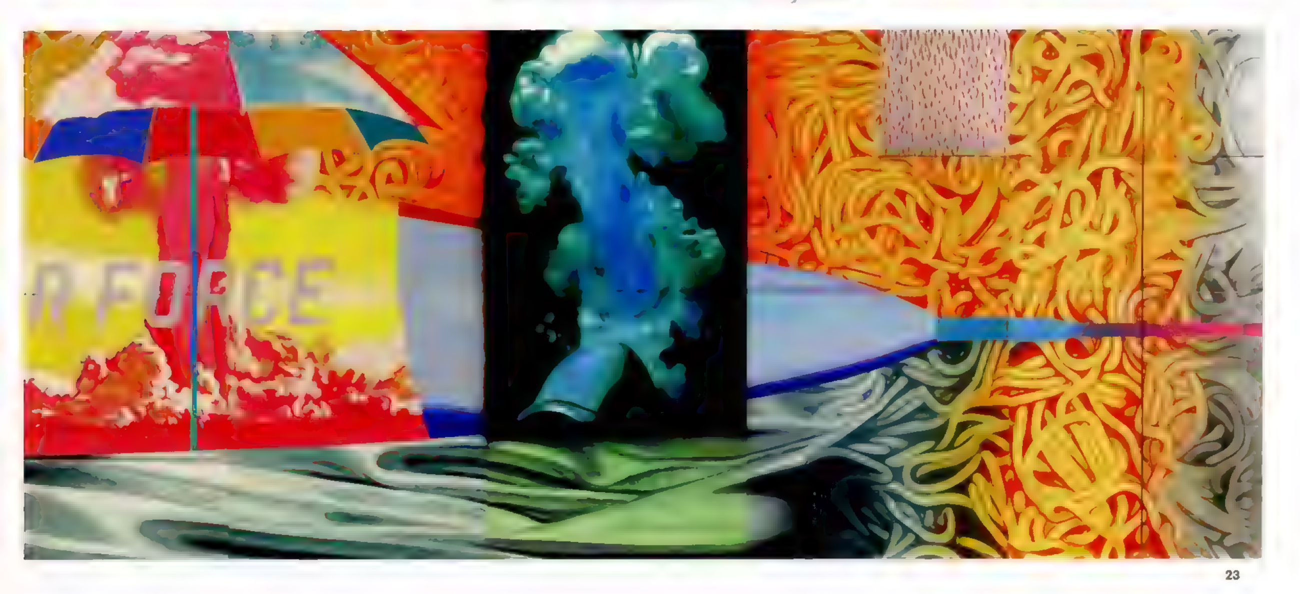
guardia, los marchantes de arte adquirieron una influencia cada vez más decisiva sobre los tejemanejes del panorama artístico. El expresionismo abstracto alcanzó una arrolladora repercusión internacional, una de cuyas razones principales fue la contundente alianza entre artistas de gran elocuencia, críticos inteligentes, como Greenberg, Harold Rosenberg y tantos otros, y marchantes versados en táctica y estrategia, con olfato para la originalidad y la energía artísticas, con disposición para asumir riesgos y con capacidad para imponerse. Bajo el signo de la vanguardia, el comercio del arte abandonó una existencia hasta entonces a la sombra, como instancia mediadora, y se convirtió en un actor clave del escenario artístico. Durante las décadas de 1940 y 1950, jóvenes artistas con ansias de experimentar montaron sus talleres en el centro de Manhattan, un animado barrio tradicionalmente dedicado a la artesanía y al pequeño comercio y que había conocido tiempos mejores. Osados marchantes de arte hicieron lo propio con sus galerías. Los alquileres eran bajos. Los unos necesitaban una plataforma para darse a conocer en el mundo del arte y los otros sabían que cuanto antes dejaran sus clientes de ser artistas desconocidos para convertirse en artistas de éxito, más contundentes serían los márgenes de sus ingresos mercantiles. Un negocio recíproco. Además, los locales alternativos financiados por cooperativas de artistas o mecenas ofrecían a los artistas más prometedores la oportunidad de demostrar su talento fuera del ajetreo comercial de las galerías y suscitar así el interés. Leo Castelli, Ileana Sonnabend, Ivan Karp y Richard Bellamy dirigían pequeñas galerías y contribuyeron a impulsar el pop art casi tanto como los propios artistas o los primeros críticos y curadores de museos que reaccionaron positivamente hacia dicha tendencia: Alloway, G. R. Swenson, Lippard, John Coplans, Geldzahler o Walter Hopps.

El capitalismo estadounidense no consideraba el éxito comercial como una mácula. El éxito significaba más bien el reconocimiento público, la fama, aun cuando no se hablara profusamente de ello. Jasper Johns, cuya obra se sitúa comúnmente en la esfera pop, inspirado por una observación del pintor Willem de Kooning sobre su marchante Castelli reprodujo en bronce dos latas de cerveza y pintó con toda minuciosidad sus etiquetas. Luego las colocó sobre un pedestal. El pintor había afirmado que Castelli podía venderlo todo haciéndolo pasar por arte, incluso latas de cerveza. Como recordó divertido Johns, De Kooning estaba en lo cierto.

Ya en el año 1954, Castelli había presentado obras de Johns en su galería. El artista intentaba resolver el intricado problema que supone determinar qué es en realidad una obra de arte. Para ello concibió cuadros que parecían responder a exigencias contrapuestas. Eligió motivos muy especiales: banderas, dianas de tiro y cifras. Las imágenes de banderas y dianas incidían en la cuestión de la identidad. ¿Qué significaban? ¿Eran banderas, dianas y cifras, o simplemente obras de arte sin una finalidad determinada? ¿Había que adoptar una actitud de respeto ante el cuadro de una bandera y apuntar

1967 — El estudiante Benno Ohnesorg muere de un disparo en Berlín Oeste durante las manifestaciones a raíz de la visita del sha.

1967 — El cirujano surafricano Christiaan Barnard realiza el primer transplante de corazón en un ser humano.



23

con un revólver al blanco o únicamente contemplarlos estéticamente? Johns arremetió con ingenio contra las pretensiones de autonomía radical del arte moderno, que constituían la premisa ideológica de la vanguardia, e ilustró la inconsistencia de sus principios en vista del fluido cambio semántico que experimentan incluso los objetos más insignificantes. Y es que se transforman sin cesar dependiendo del punto de vista de los intereses que sobre ellos se proyectan. Formalmente enfrió el explosivo lenguaje gestual del expresionismo abstracto, aunque consideraba importante obtener un acabado pictórico magistral con un toque individual.

«¡No soy un artista pop!», afirmó Johns, y en realidad no hay prácticamente nada que lo relacione con el pop, excepto que contravino las imposiciones del arte de vanguardia abriendo el círculo estético hacia el espectador y convirtiendo el fenómeno del efecto de las obras de arte en una de sus finalidades artísticas. Llevó tan lejos la parodia de sus objetos que los convirtió en pura imitación. Sólo el sensible tratamiento pictórico del motivo permite apreciar la diferencia. Por ello, en cierto modo y contra su propia voluntad, fue uno de los precursores del pop art.

Mientras Johns dejaba abierta la opción entre arte y realidad, Robert Rauschenberg recubría sus pinturas, de carácter mucho más vigoroso, con todos los objetos imaginables de la vida cotidiana, cargándolas así de realidad. Reproducciones de artículos de periódico, fotografías de prensa, pósters de chicas, carteles de calles, letras, alambre, madera, hierba, incluso pollos disecados y ladrillos se amontonan sobre sus superficies pintadas. Rauschenberg incrustaba los hallazgos más heterogéneos en pasajes pintados gestualmente y organizaba la hipotética mezcolanza en una disparatada unidad estética. Los materiales escogidos no siempre se fusionan del todo con lo artístico, sino que crean campos de tensión entre el territorio de lo artístico y el de lo real. Rauschenberg otorgaba a ambos la misma categoría, con lo cual lo artístico adquiría el carácter de lo real. En cierto sentido, también planteaba la cuestión de la identidad del cuadro, sobre todo teniendo en cuenta que muchos de los testimonios de lo real que utilizaba eran producto de la cultura de masas. El artista utilizaba técnicas pictóricas tradicionales, tanto como nuevos procedimientos artísticos. Del surrealista Max Ernst tomó prestado el procedimiento del frotamiento (*frottage*) del material ilustrado y, como Warhol, empleó la técnica comercial de la serigrafía para la reproducción de modelos fotográficos.

Aunque no rompieron con el postulado de la subjetividad artística, en sus obras, Johns y Rauschenberg incidían más en la esfera de lo real que los artistas pop británicos. A la vista de sus cuadros, Max Imdahl diagnosticó con razón los síntomas de una «crisis de identidad». Con todo, los artistas ya estaban familiarizados con el hecho de dar forma a lo real. En los escaparates de la Quinta Avenida habían decorado platos para los elegantes almacenes Bonwit Teller, además de haber participado en el legendario *happening* de Allan Kaprow

1967 — Che Guevara es asesinado. **1967 Nace en EE.UU. el *land art*.** **1967 — Surge el *arte povera* en Italia.**
1968 — Martin Luther King es asesinado en Memphis (Tennessee).



24

Eighteen Happenings in Six Parts (1959). Los *happenings*, una mezcla de actos teatrales con elementos de danza y una laxa dramaturgia, surgidos a partir de modos no convencionales de representación del arte y de ejecuciones cotidianas, constituían intentos estéticos de escapar al aislamiento que la vanguardia artística se había autoimpuesto. Allan Kaprow en Estados Unidos así como Jean-Jacques Lebel y Wolf Vostell en Europa perfeccionaron los *happenings* hasta convertirlos en formas de arte provocadoras, en contrafiguras de la cultura popular. Su divisa era «el arte es vida».

En el vital centro de Manhattan, donde talento y extravagancia vivían puerta con puerta, fue donde tuvieron lugar las primeras exposiciones individuales y en grupo de Lichtenstein y compañía. Los artistas se habían conocido a través de iniciativas, amigos u objetivos comunes. Oldenburg se entendía a la perfección con Kaprow, al igual que Dine y Lichtenstein. También ellos organizaban *happenings*. Rosenquist había compartido pupitre con Oldenburg y Robert Indiana, y antes de perfilarse como pintor publicitario, recibió clases de dibujo durante sus estudios de posgrado. Tras dar por terminados sus intentos en el expresionismo abstracto, Wesselmann se dedicó al *collage* y trabajó con decorados inspirados en la realidad. Warhol brilló con sus diseños comerciales para zapatos. Pese a su intensa formación como artistas, estaban más arraigados en la cultura comercial que Johns y Rauschenberg, o que Kaprow y los artistas pop británicos. No se habían limitado a estudiar arte y tampoco habían conseguido prosperar de forma inmediata en su práctica. Se habían visto obligados a dar un rodeo por otras ramas de la cultura popular. El cine, el diseño y la publicidad formaban parte de su entorno cultural, como las hamburguesas o la Coca-cola.

Por ello no sorprende que tras los vanos intentos de hallar en el expresionismo abstracto nuevas y a la vez expresivas formas artísticas de representación gráfica, pusieran a prueba el variado repertorio visual de la cultura de masas. En eso eran unos expertos. Hasta entonces, los artistas se habían limitado a transcribir en sus obras este lenguaje gráfico enormemente persuasivo con tendencia al cliché, lo habían transformado artísticamente, o bien le habían otorgado otra naturaleza mediante su incorporación a *collages* y montajes. Ellos, por el contrario, hicieron suyo íntegramente ese ingenioso idioma y como mucho lo adaptaron y ajustaron sus propiedades específicas a sus finalidades y necesidades artísticas. Pero no se contentaron con trasladar al contexto del arte cómics, marcas de la industria alimenticia, diseños, fotografías y películas con todo su elenco, a ejemplo de Duchamp. Se dedicaron más bien a perfeccionar estéticamente el producto de la cultura popular, confiriéndole una inmortalidad ciertamente precaria.

Hasta cierto punto, los artistas se repartían el espectro de la cultura popular visual y tan pronto descubrían algo, variaban su segmento de forma constante y persistente. Lichtenstein se decantó por el modelo visual de la tira cómica. Warhol dejó los cómics al ver por

1968 — La Primavera de Praga es reprimida. **1968 — Serios disturbios estudiantiles en Alemania, Francia, Bélgica, Japón, México, Yugoslavia y Polonia. En Berlín se produce un atentado contra Rudi Dutschke.**

24. TOM WESSELMANN

Landscape No. 2
1964, fotografía, óleo y plástico sobre lienzo,
193 x 239 cm
Colonia, Museum Ludwig

25. SIGMAR POLKE

Freundinnen
1965, óleo sobre lienzo, 150 x 190 cm
Colección privada


25

primera vez los cuadros de Lichtenstein. En su lugar se lanzó a los accesibles emblemas de las sopas de lata, cajas de detergente y botellas de refrescos, así como a las reproducciones fotográficas de estrellas de cine, accidentes de coche o avión, sillas eléctricas, mafiosos y obras de arte conocidas en el mundo entero. Oldenburg reproducía artículos de consumo y alimentos con dimensiones y materiales insólitos. Wesselmann perfeccionó el diseño publicitario y Rosenquist, utilizando los colores de moda, creó irritantes imágenes publicitarias de reactores de combate, Volkswagen, piernas de mujer, automóviles Ford y pasta con salsa de tomate. En seguida definieron sus «reivindicaciones» y a partir del vocabulario que habían encontrado comenzaron a dar forma a sus marcas individuales de manera profesional, lo que superficialmente podría interpretarse como estilo.

Otros puntos de coincidencia son el impersonal tratamiento artístico de los motivos gráficos y una aplicación del color perfecta, lisa e intercambiable, propia de la pintura profesional de encargo. Las obras no ofrecen información alguna sobre la situación, el estado psíquico o los pensamientos, sentimientos y aspiraciones de los artistas. Nadie diría que Lichtenstein estaba loco por las tiras de cómic y Warhol por la fotografía vulgar. Aunque la mayoría seguía prefiriendo las técnicas artesanales –únicamente Warhol tecnificó el proceso de trabajo–, sus cuadros podrían haber sido producidos por ayudantes profesionales siguiendo instrucciones. De hecho, eran los ayudantes quienes realizaban el trabajo de base en los talleres una vez que el mercado del arte hubo aceptado su obra y tras haber conquistado a coleccionistas como el empresario del taxi Robert Scull –su colección sería adquirida por Karl Ströher, un alemán de clase media–, el arquitecto Philip Johnson y el editor Harry Abrams.

En sus obras, Lichtenstein condensaba el hilo narrativo que recorría las viñetas hasta convertirlo en una única imagen característica; pocas veces lo dividía en varias partes. Lo unificaba y reducía a la chispa de la historia. En su visión de las tiras de cómic, Lichtenstein expresaba lo que el fotógrafo Henri Cartier-Bresson tildaba de «momento decisivo». El lenguaje visual de sus modelos –nunca derivados de la producción del momento, sino recubiertos ya de cierta pátina– se componía de fórmulas que le permitieron entonar sentimientos desbordantes, miedo y angustia, amor y odio, como en el cine, sin caer en el sentimentalismo pastoso. A menudo incluye resonancias irónicas, sobre todo cuando cubre destacados cuadros de los clásicos modernos con su sistema de dibujo y color.

«Si una agencia de publicidad realmente tuviese la intención de persuadir a la opinión pública con métodos de venta contundentes, podría utilizar directamente uno de los cuadros de Wesselmann», escribió Jill Johnston, precursora del pop. También sondeó con gran clarividencia la poca profundidad de la zanja que separa el arte comercial del supuestamente no comercial. Wesselmann, que había creado auténticos iconos del pop art con sus *Great American Nudes*, explicó: «Utilizo imágenes de pósters porque son la reproducción real

1968 — Stanley Kubrick rueda el largometraje *2001, una odisea del espacio*. 1968 — Muere Marcel Duchamp.
1969 — El *Concorde*, avión supersónico franco-británico destinado a las líneas comerciales, supera los primeros vuelos de prueba.



26

26. GERHARD RICHTER
Faltbarer Trockner
1962, óleo sobre lienzo, 105 x 70 cm
Colección privada

y concreta de algo, no porque procedan de un póster». Lo que en la calle pueda parecer banal, en una galería de arte o en un museo adquiere una frescura insospechada.

Tampoco Rosenquist temía el contacto con el arte comercial. Componía sus cuadros por medio de técnicas que había aprendido como pintor publicitario. La decisión de ampliar las dimensiones de la superficie pintada para que no pudieran pasar desapercibidas al espectador se basa asimismo en sofisticadas estrategias publicitarias. El artificioso mundo de su arte deja de lado cualquier tipo de realidad cotidiana, incluida la naturaleza, y la sustituye por la ficticia realidad de la cultura popular: fascinante y a la vez amenazadora. Un cazabombardero F 111 se extiende a lo largo de los 26 metros de un espectacular cuadro, un carro de combate reposa sobre film transparente y vaporoso, y un Volkswagen Escarabajo muta hasta convertirse en un horrible insecto. Con todo, fue Oldenburg quien mantuvo la distancia más apreciable con la industria de la cultura. Su arte se basa en una ironía sibilina y un deleite secreto y anárquico. Reproducía en papel maché y otros materiales inusuales artículos que la industria de bienes de consumo producía en masa. Los inutilizaba para cualquier propósito útil o bien los ampliaba a unas dimensiones tan monstruosas que dinamitaban el entorno familiar, desafiando la civilización.

Pero sin duda alguna, el artista pop por antonomasia es Warhol. Representa el pop como persona y arte. En su obra confluye todo lo subversivo del pop art y niega con razón la recriminación de que el pop art haya supuesto una «contrarrevolución». Warhol se concentró en conceptos artísticos que no se perdían ni en el individualismo exagerado ni en la reflexión sobre reglas artísticas y, forzosamente, acabó descubriendo en los medios de comunicación modernos y en sus posibilidades técnicas el potencial artístico correspondiente a una sociedad de masas moderna. Con algún ligero retoque, traspasó sus técnicas, materiales y formas al ámbito estético del arte. Con ello agudizó la «crisis de identidad» de la pintura desatada por Johns con sus cuadros de banderas y dianas, y la convirtió en la «crisis de identidad» del arte moderno. ¿Son sus pinturas póstumas de Marilyn Monroe retratos pintados o iconos míticos? Como iconos encarnarían alegóricamente a la actriz ausente. Según el ideario moderno serían un fragmento de realidad mística y no arte. Aun así, sus series sobre Marilyn situaron por primera vez a la estrella de cine en el ámbito de lo místico. Su trabajo minó los bastiones del arte-arte que quedaban en pie y abrieron una brecha en sus muros a favor de los medios de comunicación populares. Acto seguido, la fotografía y el cine empezaron a abrirse paso en galerías privadas y museos, así como en exposiciones y colecciones internacionales. Y siguiendo su estela, la moda, la cultura de los eventos, la música pop. El pop de Warhol abrió las puertas de par en par y desde entonces no sólo la cultura popular se ha convertido en un tema propio del arte, sino que, a la inversa, el arte forma parte integral de la cultura popular. Vista retrospectivamente, la corrección de Alloway demuestra poca visión.

1969 — EE.UU. se impone a la URSS en la carrera hacia la Luna. El 27 de julio, Neil Armstrong se convierte en el primer hombre que pisa la Luna.

27. JEFF KOONS

Michael Jackson and Bubbles
1988, cerámica, 107 x 180 x 83 cm
San Francisco, San Francisco Museum of Modern Art, Purchased through the Marian and Bernard Messenger Fund and restricted funds



27

En una «factory» fundada por él mismo, el ingenioso artista estableció la producción de cuadros en serie, con reparto de tareas. La elaboración era en parte mecánica y en parte manual. El procedimiento utilizado era la serigrafía, una técnica que desde la Segunda Guerra Mundial gozaba de muchos adeptos en el arte comercial. La ejecución conscientemente descuidada debe valorarse como una concesión a las reservas que mostraba el arte frente la perfección de la iconografía popular. Los temas y objetos de sus cuadros procedían del mundo del consumo y de las revistas ilustradas. Repitiendo siempre lo mismo en series interminables reflejaba el principio estándar de la producción industrial en masa. Pero por otro lado, esa repetición sin fin constituye también un medio de eficacia probada que la estética de la industria cultural utiliza para remarcar la importancia de acontecimientos espectaculares. La cámara era la eterna acompañante del artista. No es casualidad que sus fotografías marcaran una importante etapa en la historia de la fotografía. Además, Warhol se catapultó a la historia cinematográfica como director y productor de documentales y largometrajes de ficción. Warhol no sólo fue un productor y observador *cool*; también supo tocar con gran virtuosismo el teclado del negocio de la cultura y aprovechó de forma consciente sus regulaciones para lograr sus propósitos. Con su perspicaz política, algo subversiva, urdió la ficción según la cual una composición no comercial era el símbolo inequívoco de un arte extraordinario, un final. «Debemos al arte no comercial *Grande Jatte*, de Seurat, y los sonetos de Shakespeare, pero también muchas otras cosas que en su esoterismo ya no son comunicables. Por otro lado, también debemos al arte comercial muchas cosas ordinarias o arrogantes (dos aspectos de lo mismo), e incluso repugnantes, pero también los grabados de Durero y los dramas de Shakespeare.»[8] Y las imágenes del pop art, de la fotografía, del cine …

Referencias

1 Lawrence Alloway «Die Entdeckung von Pop in England», en: Lucy R. Lippard, *Pop Art*, Múnich, 1968, p. 27.
2 Ibíd.
3 L. R. Lippard, op. cit. p. 9.
4 Peter Selz, en: Anna Umland, «Pop Art and the Museum of Modern Art: An Ongoing Affair», en: Harriet Schoenholz Bee, ed., *Pop Art – Selections from The Museum of Modern Art* (cat. exp.), Nueva York, El Museum of Modern Art en colaboración con el High Museum of Art, 1998, p. 13.
5 Clement Greenberg, «Avantgarde und Kitsch», 1939, en: Karlheinz Lüdeking, ed., *Die Essenz der Moderne. Ausgewählte Essays und Kritiken*, Amsterdam/Dresde, 1997, p. 29–55.
6 Henry Geldzahler, «Hockney: Young and Older», en: *David Hockney. A Retrospective* (cat. exp.), Los Angeles, Los Angeles County Museum of Art, The Metropolitan Museum of Art, Tate Gallery, organizada por Maurice Tuchman y Stephanie Barron, 1988, p. 19.
7 René König, *Soziologische Orientierungen, Vorträge und Aufsätze*, Colonia/Berlín, 1965, p. 544.
8 Erwin Panofsky, *Stil und Medium im Film & Die ideologischen Vorläufer des Rolls-Royce-Kühlers* [con contribuciones de Irving Lavin y William S. Heckscher], Fráncfort del Meno, 1999, p. 52 [Artículo publicado por primera vez en 1936].

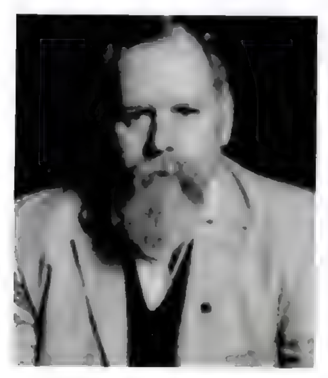
1969 — Samuel Beckett recibe el premio Nobel.

1969 — Festival de rock en Woodstock.

on the Balcony

Óleo sobre lienzo, 121 x 91 cm
Londres, Tate Gallery

Antes incluso de que el arte contemporáneo legitimara el coleccionismo de curiosidades como «búsqueda de indicios», Peter Blake se había revelado ya como coleccionista, o al menos como meticuloso registrador. Aun así, lo que presentó en *En el balcón* no fueron las diferentes piezas de su colección, sino su representación pintada, reunidas sobre el fondo verde de un cuadro y dispuestas frontalmente. Los objetos de su colección se reparten la superficie pictórica con cuatro jóvenes que el pintor situó por parejas en un banco. En el cuadro también se aprecia una mesa colocada en diagonal y sobre ella una muchacha de pie, aunque en la pintura sólo aparece su mitad inferior. El término facultativo que mejor describe el carácter de los objetos representados es «diversos». La mayoría son objetos bidimensionales, como cuadros y dibujos de distinta procedencia, pero ninguno con una antigüedad superior al siglo. El inventario incluye, además, portadas de las revistas ilustradas *Life* y *Weekly Illustrated*, una fotografía con Sir Winston Churchill y la familia real saludando, una antigua vista panorámica de la familia real y sus parientes europeos, un paquete de cigarrillos, un libro abierto, una tercera fotografía, así como un pendón. Sobre una mesa situada en la parte inferior izquierda se encuentran asimismo algunos artículos de consumo muy corrientes, como un envase de margarina, una botella de gaseosa medio llena, una lata de sardinas, un periódico… La enumeración no es completa. Presumiblemente, el artista hizo inventario de todo lo acumulado en su taller un día cualquiera. Todos los motivos están minuciosamente pintados, hasta el último detalle y con una precisión casi fotográfica. Su plasticidad contrasta de forma manifiesta con los rostros y cuerpos de los jóvenes, relativamente infantiles y captados esquemáticamente. En el cuadro no parece haber nada extraordinario, de no ser porque en el margen izquierdo de la imagen y formando parte del grueso de la colección aparece de forma casi inadvertida la obra maestra de Edouard Manet que también da nombre al cuadro de Blake: *El balcón* (1868). El pintor situó la obra de arte al mismo nivel que las trivialidades de la cultura de masas y de hecho, en este contexto, forma parte integral de las mismas. Y es que su reducido formato identifica el cuadro como copia o reproducción en un marco dorado. Aunque las relaciones entre los objetos individuales son un enigma, el cuadro de Blake plantea de forma subcutánea la cuestión del estatus de la obra de arte en una era en la que es técnicamente reproducible (Walter Benjamin) y demuestra muy de pasada el cambio de percepción que ha tenido lugar desde la época del pintor francés, las consecuencias de la dispersión de la mirada.



n. 1932, Dartford, Kent, Gran Bretaña


LIFE
P.T. BLAKE

U. S. Highway 1, Number 5

Polímero sobre lienzo, 177,6 x 207 cm
Nueva York, The Museum of Modern Art, Gift of Mr. and Mrs. Herbert Fischbach

Nada en la historia del mundo, salvo los impactos procedentes del universo y las prolongadas glaciaciones con los numerosos movimientos de tierra que causaron, ha cambiado tanto la configuración del paisaje como el automóvil. Ni la industria, ni el ferrocarril, ni el avión. A diferencia de ellos, el automóvil es más que un factor básico de la civilización moderna y un importante motor de la economía. Es, al mismo tiempo, símbolo de libertad individual, de la libertad que supone poder desplazarse sin necesidad de esfuerzo corporal, donde y cuando uno quiera. Para que ello fuera posible, el paisaje tuvo que cubrirse con una tupida red de carreteras interconectadas. El coche movilizó a las masas y, como consecuencia, las metrópolis se convirtieron en inmensas megápolis imposibles de gobernar, con incesantes entradas y salidas de vehículos e inevitables atascos. Alrededor del automóvil se ha desarrollado una cultura propia con un sistema de señales específicas y un código de comportamiento especial: la cultura del tráfico. Allan D'Arcangelo, un pintor cuya relación con el pop art es fluctuante, convirtió uno de los aspectos psicológicos de dicha cultura en objeto de sus cuadros y lo representó plásticamente en extensos ciclos y series. En sus cuadros de gran formato, la experiencia del paisaje desde el punto de vista de un conductor que circula a toda velocidad se erige en efeméride pictórica. Las diferencias geológicas, geográficas y culturales de los paisajes que cruza a toda prisa quedan comprimidas en unos pocos detalles expresados fugaz e ininterrumpidamente: la calzada casi interminable, la luz cambiante, las señales del repertorio correspondiente al lenguaje vial y el cielo en el horizonte lejano. Así pues, el pintor reduce la percepción del paisaje a formas elementales y vacías, y a unos pocos colores sin contrastes, a los datos que registra la vista del conductor. D'Arcangelo es el único artista pop que plantea el papel del observador distanciado. Con una perspectiva inesperada que absorbe formalmente al espectador y lo catapulta al margen superior del cuadro, la configuración de *U.S. Highway 1, Number 5,* uno de los cinco ejemplares de la serie, relaciona la percepción directamente con la sensación corporal. Moviliza la mirada y la lanza sobre una carretera que se va acortando con rapidez, desde un primer plano anónimo hasta los anuncios luminosos y la numeración que aparece tras ellos. La superficie pictórica se transforma de golpe en una pantalla de cine virtual con una imagen aparentemente en movimiento, registrada por una cámara que avanza con rapidez. La lisa aplicación del color y la estructura constructiva de la imagen contradicen el efecto emotivo del cuadro. Incluso el atardecer que irrumpe despierta un sentimiento romántico. El cuadro como tal es también un símbolo de las infinitas posibilidades del sueño americano, invocado constantemente en la literatura, la fotografía y, especialmente, en el cine.



Road series No. 13

Óleo sobre lienzo, 200 x 253 cm
Colonia, Museum Ludwig

Las líneas blancas van encogiéndose por etapas sobre la calzada negra y convergen en un punto de fuga en el margen inferior. Simultáneamente marcan los lados de un triángulo obtusángulo sobre cuya punta parece balancearse en su mayor parte el resto del cuadro. La composición y la estructura indican que se trata de una pintura abstracta, aunque, por otro lado, el título da a entender que se persigue un efecto de reconocimiento. A consecuencia de ello, la estrecha franja negra se lee como una calle, las líneas blancas como un paso de peatones, las grandes superficies de color verde chillón como prados, los seis rombos idénticos colocados a distancias iguales como barreras policiales, y la franja azulada en el cenit, de la misma anchura que la negra situada en la base, como el cielo. Pero una interpretación de este tipo, hecha en proporción a la realidad, provoca irritación. La perspectiva de líneas blancas atrae al espectador hacia la profundidad del cuadro. Con los ojos se precipita por la calle, como un peatón, pero de repente se levanta ante él un muro verde casi insuperable, a la vista del cual vuelve a rebotar. Sólo las formas geométricas de color rojo en el tercio superior parecen penetrar dicho muro gracias al contraste complementario entre el rojo y el verde. No se aprecia con seguridad qué es primer plano y qué es fondo. La percepción óptica intercambia sus lugares continuamente. Con este juego, el pintor resume el principio artístico de todo el cuadro, que oscila de facto entre la pintura abstracta y la pintura rudimentariamente figurativa del mismo modo que fluctúa constantemente entre espacio y superficie durante la contemplación. Su principio no es «o lo uno o lo otro», sino el «no sólo, sino también». D'Arcangelo parece estar más cerca de Ellsworth Kelly y los pintores *hard edge* que de Lichtenstein o Warhol. Además, utiliza métodos típicos del pop art. Mediante el uso tan deliberado como parco de las múltiples posibilidades pictóricas, consigue un efecto que priva al espectador de un suelo bajo sus pies, del mismo modo que Alfred Hitchcock cuando hacía avanzar una cámara al tiempo que retiraba el zoom. El pintor no sólo debe al arte y a la experiencia de la realidad el estímulo para sus cuadros; una buena parte procede del cine. Al fin y al cabo se inscribe en la gran tradición estadounidense de pintura paisajística, aunque contempla el paisaje con los ojos de un automovilista moderno. Posteriormente también dirigió su atención al inventario óptico del tráfico aéreo.



n. 1930, Buffalo, Nueva York, EE.UU.



Double Isometric self-portrait (serape)

Óleo, madera, metal sobre lienzo, 145 x 215 cm

Nueva York, Whitney Museum of American Art, Gift of Helen W. Benjamin

Aunque sus cuadros, o más concretamente sus objetos gráficos, estuvieron y están representados en las exposiciones más importantes del pop art, el artista nunca ha ocultado su escepticismo acerca del significado del pop. Sin duda, en lo que se refiere al aspecto exterior, la diferencia, sobre todo entre sus primeras obras y los cuadros de Lichtenstein, Warhol y compañía, parece minúscula. También es evidente su preferencia por el ámbito de lo cotidiano, así como su distanciamiento del expresionismo abstracto. No obstante, no resulta menos evidente la distancia interior del artista respecto de la cultura popular. Entre los objetos preferidos de sus obras correspondientes a la época de irrupción del pop art destacan las prendas de vestir. Pantalones, sombreros, chaquetas y abrigos pueblan en versiones multiformes sus lienzos, que en muchas ocasiones sirven meramente para realzar las prendas que de ellos cuelgan. *Double Isometric Self-portrait (Serape)* (Autorretrato isométrico doble – sarape) es la doble imagen de un abrigo representado esquemáticamente. Al menos, eso parece a primera vista. Una segunda mirada descubre que en realidad se trata de dos abrigos extraordinariamente similares en lo que se refiere a contorno, figura y longitud. No es mera casualidad que las representaciones recuerden a un patrón y lo más correcto sería describirlas como reproducciones de patrones para abrigos de tallas ligeramente diferentes, sobre todo teniendo en cuenta que las prendas reproducidas están formadas por una serie de elementos independientes, como en un *collage*, hecho que queda subrayado por su distinta coloración. El pintor, del mismo modo que dio forma a los abrigos representados a partir de superficies cromáticas de contorno irregular, también estructuró las dos hojas del cuadro como un mosaico de diversos colores, formas y unidades. De ahí que tras un largo período de observación desaparezcan las diferencias entre figura y fondo y los contornos de los abrigos se desvanezcan para dar paso a un rompecabezas de formas cromáticas abstractas, ante el cual se balancean cadenas fijadas a cada mitad del cuadro. Las cadenas terminan a la altura del margen inferior, en un aro con un trozo de madera redondo. El mundo concreto de las obras de Dine está lleno de percepciones y alusiones personales. El artista ve en las prendas una segunda piel, un segundo yo. En cambio, en uno de los *happenings* que organizó antes de iniciar su trayectoria como pintor, utilizó su propia piel para comercializarla como base para pintura. Con todo, lo que preocupa al artista principalmente son las cuestiones artísticas elementales, ante todo los problemas de percepción óptica, la tensión entre lo designado y lo que designa, entre lo simulado y lo real.



n. 1935, Cincinnati, Ohio, EE.UU.



Hollywood (Jean Harlow)

Pintura acrílica sobre madera, 78 x 89 x 31 cm
Washington D.C., Hirshhorn Museum and Sculpture Garden, Smithsonian Institution, Gift of Joseph H. Hirshhorn

Si Ruscha hizo brillar el mito de Hollywood en forma de letras mágicas y Andy Warhol lo celebró en la figura de sus grandes divas, Grooms materializó a perpetuidad el fugaz resplandor de la fábrica de sueños a través de la figuración plástica y la naturaleza de su existencia. Los materiales que dan sustancia al mito son la madera y los colores acrílicos. Ante un semicírculo en forma de abanico, como Afrodita frente a uno de sus numerosos amantes, una diosa de la pantalla fallecida prematuramente reposa sobre un diván con cubierta de pliegues. Con ojos enormes y una prometedora sonrisa, en lugar de contemplar a su pareja, contempla al público. Sus actos, sus ademanes, sus gestos, no van dirigidos al otro actor, sino exclusivamente al público, al espectador. La diferencia es que Grooms no lo disimula, tal como hace la máquina de ilusiones llamada cine, sino que lo subraya. Con las hermosas piernas dobladas y descubiertas por encima de la rodilla, la rubia platino Jean Harlow levanta los brazos por encima de la cabeza y permite una mirada a lo profundo de su magnífico escote. Como hizo a menudo en sus películas, domina el paisaje escénico de la escultura, pese al hombre de esmoquin negro que la adora desde un extremo del lecho. No es Clark Gable, en cuyos brazos cayó con más frecuencia que en los de otros; más bien parece Franchot Stone, quien en opinión de Grooms no merece mención alguna. Harlow, fallecida de forma enigmática y prematura, fue algo más que el prototipo de las *pin-up* Lana Turner y Marilyn Monroe, con las que tenía algunos rasgos en común. Con todo, pese a su increíble presencia erótica en pantalla y a su talento cómico, hace tiempo que cayó en el reino de las sombras cinematográficas, e incluso en la escultura de Grooms representa sólo la metáfora de una industria cultural capaz de convertir puras sombras en falsos héroes y heroínas. Junto a la publicidad, los cómics y las fotografías de las revistas ilustradas, Hollywood formó parte de la despensa que procuraba las ideas al pop art. De todos modos, Grooms no fue un artista pop en el sentido típico. Además de participar en *happenings*, expuso con Dine, Lichtenstein, Oldenburg y Segal en el centro de Manhattan (en la Reuben Gallery), pero contrariamente a éstos practicaba un crítica social comprometida y en su mayor parte con rasgos satíricos llevados al extremo. La sonrisa de Harlow en *Hollywood* se deforma hasta convertirse en una mueca, y su insinuación al público se limita a esconder la profunda soledad de la antigua *sex-symbol*, así como el hecho de que a los ojos de la industria de la cultura sólo fuera un vehículo para ganar dinero.



n. 1937, Nashville, Tennessee, EE.UU.



My Marilyn (paste up)

Fotografías y óleo sobre lienzo, 50 x 61 cm
Colonia, Museum Ludwig

A los dos años del fallecimiento de Marilyn Monroe, Richard Hamilton creó su imagen personal de la estrella de Hollywood en el denominado «collage pin-up» *My Marilyn*. No se trata de ningún homenaje a la actriz, que en vida fue una gran estrella del firmamento cinematográfico, pero no se convirtió en mito hasta que Warhol la hizo suya. Es más bien un mero análisis intuitivo de los mecanismos a los que debía su éxito. En su lienzo, el artista reúne doce fotografías de Marilyn Monroe. Los márgenes individuales delatan que los modelos de las reproducciones son copias por contacto de una sesión fotográfica realizada en la playa. Hamilton las coloreó todas, con contadas excepciones. Los formatos de las copias por contacto ya transformadas varían. Con todo, cada imagen se corresponde proporcionalmente a su modelo. Sólo la última discrepa del patrón y no sólo en lo referente al formato. Ante un cielo dividido por el color –violeta y naranja–, en lugar de la persona se presenta una mancha blanca. Del cuerpo sólo se conserva el contorno. Únicamente se aprecia una plantilla vacía. Al parecer, en esta serie de recortes, comprimidos en dos ocasiones en bloques de cuatro, el artista pone en práctica lo que sería la sucesiva extinción de un ser humano o la transformación de un individuo en objeto de consumo. Marilyn Monroe posó en biquini para un fotógrafo que no se menciona, adoptando las poses habituales, y a partir de su botín, Hamilton creó un *collage*. Las fotos más logradas de la campaña estaban destinadas a publicarse. No se trataba, por tanto, de tomas privadas. Ello se deduce de las abundantes cruces trazadas sobre las imágenes que no recibieron su aprobación. Una lleva la indicación «good». Muestra a la actriz en la pose más comercial: Marilyn ríe alegremente captada desde un ángulo ligeramente superior, el formato de un «enfoque americano» que ofrece una profunda visión de su bañador. *My Marilyn* –del que existe una versión anterior algo menos radical– demuestra con los medios más sencillos y una cruel exactitud el precio que debía pagar un miembro de la escuela *pin-up* para convertirse en estrella del firmamento hollywoodiense. En su última entrevista, publicada por Enno Patalas, Monroe reconoció: «La desgracia es que una *sex-symbol* se convierte en objeto. Y lo odio, odio ser un objeto». Hamilton es un artista poco típico. Estudió pintura en diversas fases, pasando por distintas escuelas, pero antes se había dedicado intensivamente a una carrera comercial en publicidad y diseño. Como profesor y diseñador de exposiciones, que en su caso fueron la chispa de ignición, Hamilton se erigió junto a Eduardo Paolozzi en figura clave del pop art británico y fue miembro de la asociación creativa Independent Group, en el ICA. Al dedicarse profusamente al trabajo artístico de Marcel Duchamp y reconstruir su obra maestra, *El gran vidrio*, 1915–1923, trabó gran amistad con el francés, que junto a James Joyce, fue la figura que guió su obra. Hamilton pertenece a ese grupo escogido de artistas de los que han ejercido mucha más influencia en el arte moderno de lo que su presencia en los museos hace suponer. Además, personalmente se considera un artista «a la vieja usanza».



n. 1922, Londres, Gran Bretaña


Good

Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?

Collage, 26 x 25 cm
Tubinga, Kunsthalle Tübingen

Si existe una obra que la bibliografía crítica califique de iniciadora del pop art, es el *collage* de Richard Hamilton con la maliciosa pregunta: «¿Qué es eso que hace los hogares de hoy tan diferentes, tan atractivos?». Sobre la funda de raqueta que el musculoso culturista de la izquierda lleva consigo por razones incomprensibles, se distingue la palabra «POP» en amarillo sobre rojo. Para muchos, este *collage* de recortes fotográficos es la fuente de origen del término. Algunos intérpretes incluso son de la opinión de que toda conexión lingüística entre el pop y la cultura popular es fruto de la casualidad: el pop, como el dadá, sería una palabra de creación espontánea. La lámina del artista británico así lo confirmaría, aunque lo contradice el hecho de que, en un principio, el *collage* no fuera concebido como obra de arte autónoma, sino más bien como ilustración para el catálogo de una exposición en la Whitechapel Art Gallery de Londres con el bello título «This is tomorrow» (1956). Pese a que la exhibición se centraba principalmente en los problemas de la cultura cotidiana, en especial desde el punto de vista arquitectónico y urbanístico, en Inglaterra tuvo cierta influencia en el desarrollo del pop art porque dirigía la mirada más allá del arte, hacia la civilización urbana moderna y a sus formas de expresión visuales. Hamilton fue uno de los creadores de la iniciativa, que hizo furor especialmente a causa de su arquitectura, al estilo de un parque de atracciones. Sin embargo, hubo una circunstancia aún más decisiva: de golpe, las insignias de la cultura popular se habían hecho dueñas de una galería proscrita, que hasta la fecha y como las demás se había considerado bastión contra la «basura óptica» de los medios de comunicación comerciales. El agresivo *collage* de Hamilton presenta los principales cimientos de esta cultura popular industrial: los vistosos cuerpos artificiales tanto masculinos como femeninos, los procesos contemporáneos de transmisión de sonido e imágenes, la higiénica atmósfera del hogar moderno, y el mobiliario impersonal. La antología moderna de técnicas visuales es casi completa y reúne carteles, emblemas de marcas, cine –tras el musculoso fanfarrón brilla el anuncio del que se supone fue el primer filme sonoro de la historia, *El cantor de jazz*– y televisión, sin olvidar la técnica artesanal del *collage* de recortes de prensa ilustrada que el artista utilizó, así como la técnica y la forma del cuadro, que incitan a reflexionar un momento sobre el medio utilizado. Están presentes todos los elementos a partir de los cuales iba a desarrollarse el pop art, junto con un tono crítico concomitante. Sin duda, este *collage* marca el inicio de una revolución artística, pero no la encarna, sino que se limita a ofrecerle sus servicios como lanzadera. De todos modos, en el caso de que fuera realmente así, sólo sería aplicable a la versión británica del pop art, no a la americana.


young
Romance
TRUE LOVE
Matinees 3 P.M.
FORD
ordinary cleaners
reach only this far
POP
Ham

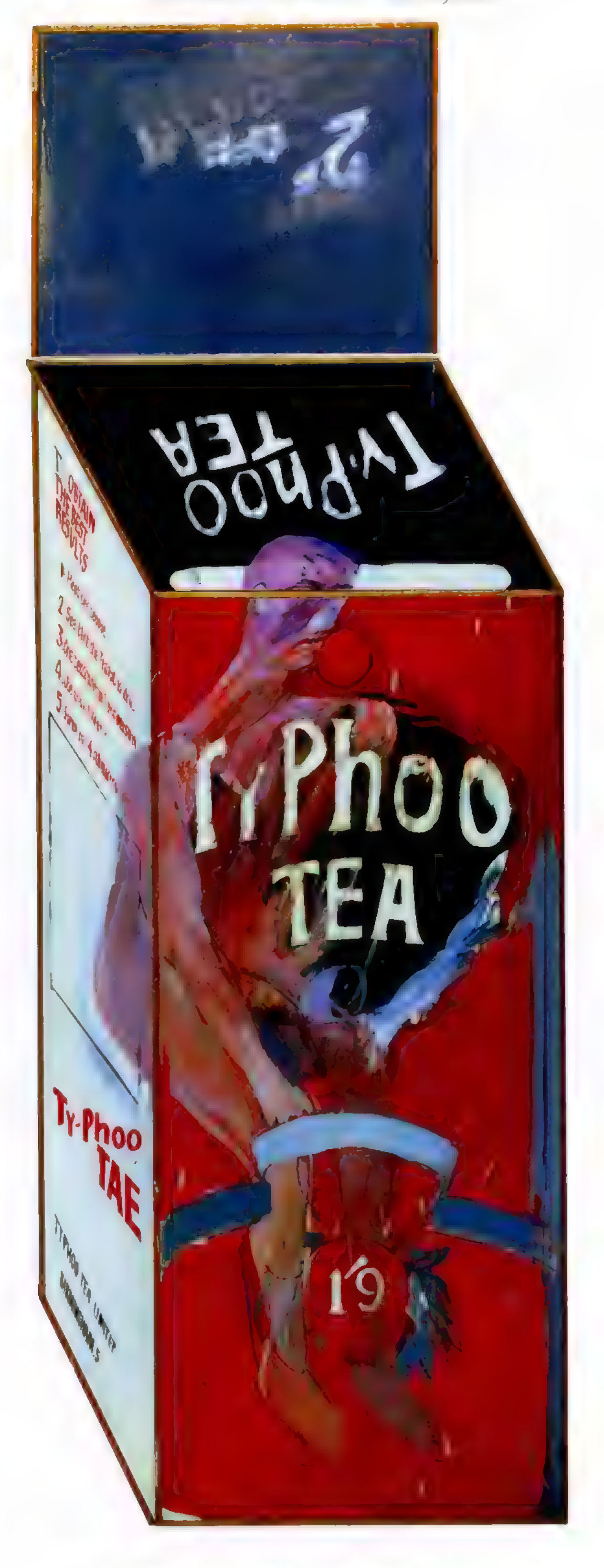
Tea Painting in an Illusionistic style

Óleo sobre lienzo, 198 x 76 cm
Londres, Tate Gallery

El contorno exterior de este óleo se corresponde a la representación bidimensional de una caja de té abierta, vista desde un ángulo superior. Pero el dibujo de la tapa abierta ya no entra en el marco de la perspectiva. La forma de su reproducción infringe las reglas de la creación ilusionista en pintura tradicional y fuerza la parte superior del cuadro hacia la realidad de la superficie pictórica. Lo mismo ocurre con la pintura en sí. Si bien es posible identificar algunos detalles de la inscripción y, de hecho, la «imagen» hace justicia al envase, el orden de las letras y la aplicación del color delatan una nota subjetiva, una cierta despreocupación y espontaneidad que tampoco pueden explicarse en relación con el fugaz efecto reflector de la parte superior del cuadro. Por último, la figura masculina, desnuda y sentada, rompiendo con fuerza los límites de la caja, escapa a los imperativos de la convención representativa a la que aspira el título. Se trata del cuerpo extraño más perturbador. Evidentemente, el título afirma lo contrario de lo que en realidad se ve, y la hipotética falta de dominio de las fórmulas de representación tradicionales es sólo simulada. Aunque *Tea Painting in an Illusionistic Style* (Cuadro de té en un estilo ilusionista) despide ciertos destellos de espíritu pop art, más que nada por el motivo elegido, David Hockney está muy lejos de ser un artista pop. No le interesan ni el ámbito del consumo de masas, con sus coloridos símbolos, ni el fenómeno de la reproducibilidad de la obra de arte, con su lenguaje estandarizado. Pese a todo, se sirve de los impulsos de la cultura popular, aunque los transforma a la medida de sus nociones artísticas. El cuadro resultante, pues, está más ligado al mundo artístico del pintor que a la realidad de la cual procede su modelo. El dibujo aparentemente infantil, el delicado uso del color, los rastros de la mano que lo ha pintado o el reflejo de la avidez sexual son más importantes que la caja, pintada con todo lujo de detalles, con independencia de que el té sea para los ingleses lo mismo que la Coca-cola para los americanos. La trayectoria posterior del artista ilustra de forma más plausible cuán lejos se encuentra del pop art. Sin duda, se ha visto más intensamente influido por el espíritu mediterráneo de Matisse y Bonnard, sobre todo en lo que respecta a la celebración de la luz e independientemente de la elección de los temas y la preferencia por determinados colores, que por el espíritu del cine y la publicidad. Y si bien se introduce en el campo de la fotografía, no le interesan sus aspectos mediáticos, sino sólo sus propiedades específicas en cuanto a la imagen.



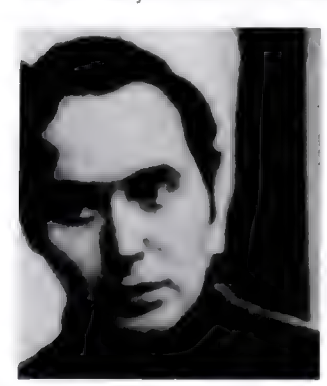
n. 1937, Bradford, West Yorkshire, Gran Bretaña


Ty.Phoo TEA
TO OBTAIN THE BEST RESULTS
TyPhoo TEA
Ty-Phoo TAE
TYPHOO TEA LIMITED

The Big Eight

Pintura acrílica sobre lienzo, 220 x 220 cm
Colonia, Museum Ludwig

¿Abstracción? ¿Figuración? ¿Realismo? ¿Arte por el arte? De algún modo, todos estos interrogantes rebotan en el centro de este cuadro con un gran ocho rojo y resplandeciente sobre un fondo azul. Está claro: un número es el signo abstracto de una cantidad determinada. Sólo que en este cuadro no designa cantidad alguna, salvo, quizá, los ocho segmentos arqueados del círculo de color blanco que lo rodea como una aureola. El título ciertamente no justifica una especulación de este tipo. No va más allá de lo que se ve. «What you see is what you see» era la famosa divisa del pintor Frank Stella, coetáneo de Robert Indiana. Sin embargo, Stella sobresalió con objetos gráficos estructuralistas y abstractos, mientras que a Indiana se le considera un artista pop. ¿Acaso la cifra hace referencia a algo situado fuera del campo pictórico y que el título no menciona? En otras obras del artista, las cifras señalan los números de las autopistas del país, fuente inicial de inspiración para su obra numérica. Pero nada indica que en este caso sea así. El número, expresado como cifra y no como conjunto de letras, parece ser únicamente una forma; como en los cuadros de números de Jasper Johns, algo anteriores. Ambos artistas elevaron los números estandarizados a la categoría de motivo. Pero mientras que Johns relativizó el valor propio de los números mediante un entorno pictórico, Indiana escenificó este número como en un póster o una señal, del mismo modo que todos sus cuadros y esculturas. Aun así no se trata de una pintura abstracta: el número es un cuadro en sí mismo y por sí mismo, en correspondencia, a lo sumo, con el círculo de ocho partes en cuyo centro se encuentra, y con tendencia a la representación plástica tal como Indiana la llevaba a cabo. Y es que la forma, el color y la escenificación del cuadro procedían del inventario de la cultura popular. El «8» es un patrón; los colores, aparentemente de aplicación monocroma, entonan un contraste rojo y azul muy habitual, y el hecho de que el «8» aparezca en un cuadrado erguido sobre uno de sus vértices, evoca, como mínimo, la numeración de las autopistas. Indiana, que originalmente quería ser poeta, establece un puente entre el pop art y la pintura *hard edge* de un tal Ellsworth Kelly... pero sin compromisos fútiles. Al mismo tiempo, socava con ironía el furor clasificador de la crítica del arte. Así, pues, en este contexto no hay que pasar por alto que el fondo azul de la pintura está compuesto por delgadas franjas de distintos azules. Con sus cuadros sobre cifras y amor, además de sus esculturas, el artista creó verdaderos iconos del pop art.



n. 1928, New Castle, Indiana, EE.UU., nombre real Robert Clark



Flag

Encáustico, óleo, collage de tela organizado sobre madera contrachapada, 108 x 154 cm
Nueva York, The Museum of Modern Art, Gift of Philip Johnson in honour of Alfred H. Barr, jr.

La pregunta, hoy en día inevitable, sobre la identidad del cuadro no se planteó hasta pasados diez años de su ejecución y la lanzó el crítico Alan Solomon: ¿se trata de una bandera o de un cuadro que representa una bandera? No sólo, sino también… Así puede resumirse de forma global la respuesta del artista. Exteriormente, la obra presenta muchos rasgos que la vinculan al estandarte estadounidense: el aspecto, la congruencia de fondo y motivo, la proporción. Y algo más. Como la bandera, el cuadro consta de tres partes unidas: la zona de las estrellas y los dos ámbitos colindantes con las barras rojas y blancas, a su derecha y en la parte inferior. Así, pues, se trata de un montaje. Al igual que en el original, cada estrella es una pieza individual que ha sido pegada sobre el fondo. Lo que en un principio podría señalar un contexto artístico, se corresponde, pues, a las condiciones reales. Soñó que pintaba las «barras y estrellas»: así fundamentó el pintor su desconcertante decisión de crear el cuadro, decisión que hizo realidad en el acto. De hecho, en lugar de representar una bandera, pintó una bandera. La bandera no es el motivo del cuadro, sino que el cuadro en sí es una bandera. A primera vista, objeto y superficie pictórica son idénticos, de lo que se deduce, por otro lado, que Johns está en lo cierto al declarar que el tema del cuadro también es la pintura, la pintura en sentido físico, como pincelada, como color, como objeto. La técnica aplicada en el cuadro, el encáustico, es de difícil manipulación puesto que se seca rápidamente y fija en el acto cualquier intervención pictórica. Sus rastros permanecen visibles. Johns empezó con el esmalte, pero consideró que el proceso de secado duraba demasiado y cambió al encáustico, una técnica con base líquida de cera. La pintura transparente permite divisar trozos sueltos de *collage*, procedentes de un periódico. Flotan por la superficie de color y en realidad actúan de fondo para las barras de la bandera. A la luz de un análisis más detenido, se puede afirmar que en esta obra de lacónico título cristaliza una construcción de varias capas –en muchos sentidos– que transmite realidad y arte de forma compleja sin tomar una posición definida, en clara analogía a como lo hace la propia bandera. Considerada sobriamente, es sólo un retal impreso o pintado a la vez que cosido. Sin embargo, de facto es un símbolo de identidad nacional y social, en particular en Estados Unidos. Cuando el artista pintó el cuadro, el fenómeno de la guerra determinaba su visión del mundo, la guerra en tres variantes: la guerra fría entre el bloque comunista y Occidente, o entre EE.UU. y la Unión Soviética, por el dominio mundial; la guerra caliente en Corea, que acababa de llegar a su fin; y la caza de brujas del senador McCarthy contra los intelectuales y que, a diferencia de la guerra anterior, seguía en marcha y envenenaba el clima cultural en Estados Unidos. En su día, *Flag* (Bandera), que para algunos fue un hito en la trayectoria hacia el pop art, para otros representó un ataque a los sentimientos patrióticos.

n. 1930, Augusta, Georgia, EE.UU.



Perfect Match

Óleo sobre lienzo, tres piezas, 280 x 93 cm
Colonia, Museum Ludwig

Tetas y culos son los instrumentos necesarios para una carrera de éxito en Broadway, tal como dice la canción del perverso musical *A Chorus Line* (1985), de sir Richard Attenborough, *remake* de una antigua pieza con diálogos adaptados a la realidad. Allen Jones lo supo mucho antes. También cuentan unas piernas esbeltas y bien formadas, así como una boca sensual. En tres piezas montadas formando un tríptico vertical, el pintor presenta la imagen del ideal femenino según el deseo masculino en una época de transformaciones sociales y culturales. Es, al mismo tiempo, la imagen de los miedos ocultos. Cada parte ha sido agudizada para representar las preferencias o psicosis individuales, de forma que podrían funcionar en solitario. La boca y los pechos en la parte superior; caderas, nalgas, pubis y muslos en la parte central; y pantorrilas, tobillos y pies en el campo inferior. Los contornos, muy definidos y con sombreados, subrayan el cliché y lo intensifican hasta la frontera de lo caricaturesco. El margen del cuadro está situado sobre la boca. El rostro no cuenta. Una minifalda enseña más de lo que esconde... «como en la vida real».



n. 1937, Southampton, Gran Bretaña

Las piernas se mueven en la técnica de reproducción del arte futurista, un guiño a Marcel Duchamp y su célebre *Desnudo bajando una escalera* (1912). El uso del color muestra tan pocos matices como el dibujo. El rojo triunfa: en la parte superior exhibe un juego de contraposición con el negro; en el centro se va enfriando, compensado por el azul-gris y el amarillo, y en la parte inferior explota formalmente, en contraste complementario con el verde chillón, sólo interrumpido por el amarillo y el naranja. Los colores despliegan un estridente concierto visual muy a lo pop. Sin duda, el pintor ha concebido una imagen fetiche moderna. Y aun así no transmite ni la más mínima pista sobre el mundo interior del creador. Cualquier intento de interpretación psicológica malogra el cuadro. El artista mantiene una actitud fría, como Helmut Newton, cuyas imágenes por entonces dividían opiniones. La imagen que Jones ofrece de la mujer es el producto tornasolado de un diseño artístico con carácter de signo comercial. Artificial incluso en los pezones endurecidos, estridente y vulgar como las revistas que en su día lo propagaron. Con todo, en un museo sigue encarnando un desafío extremo frente a la imagen aristocrática de la mujer en el arte clásico que se expone en sus proximidades, un travestismo que, por otro lado, revela lo que la elegancia pictórica suele ocultar en este tipo de cuadros. Fue David Hockney quien interesó a Jones por los medios de comunicación de masas. En 1978, el pintor diseñó un muro publicitario para una fábrica de medias en la autopista suiza de Basilea. La influencia de la publicidad en el arte se reflejaba, a su vez, en la publicidad.



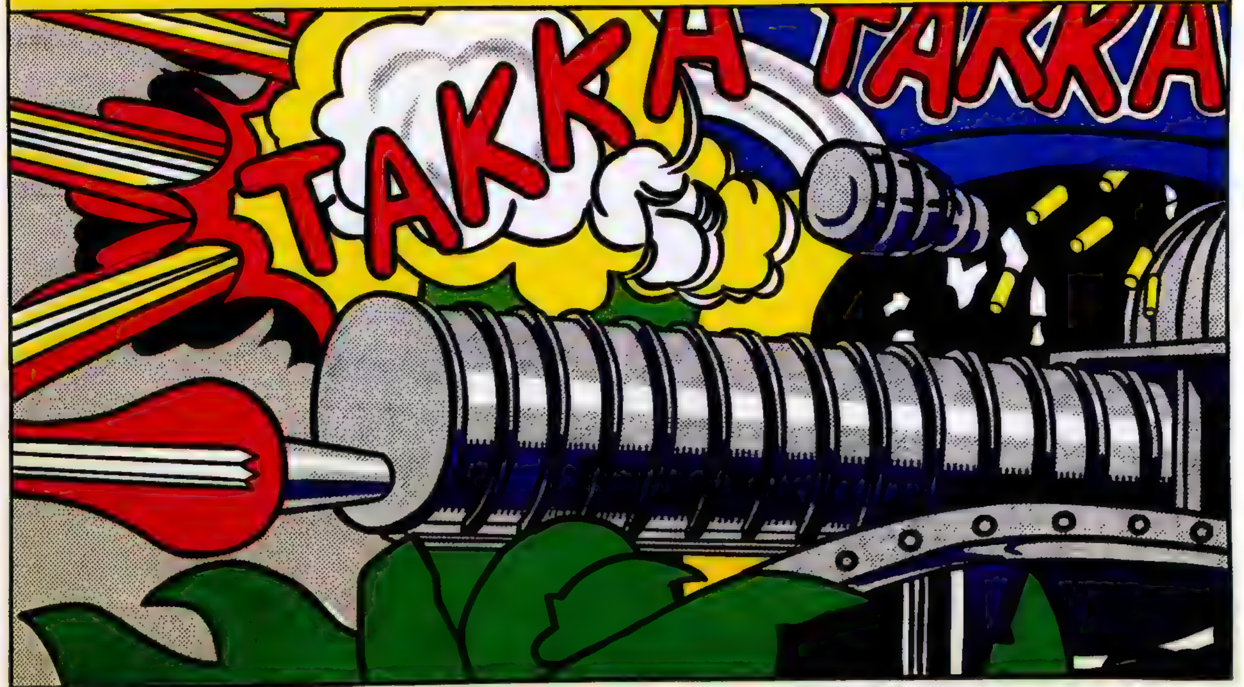
Takka Takka

Magna sobre lienzo, 173 x 143 cm
Colonia, Museum Ludwig

Con su cuadro *Masacre en Corea* (1951), Pablo Picasso cosechó numerosas críticas. Con todo, los abundantes argumentos estéticos presentados contra el cuadro sólo encubren la duda de si la pintura es capaz o no de reproducir de forma conveniente el horror de la guerra. Apenas habían pasado veinte años de su obra *Guernica* (1937), convertida inmediatamente en incunable de una pintura con actitud crítica, y ya se atribuía una mayor competencia a la fotografía que al medio tradicional. *Takka Takka*, de Roy Lichtenstein, una excelente contribución del pop art a la historia del arte, demuestra que dichas reservas no tienen razón de ser. Precisamente los efectos ampliados del lenguaje del cómic, en consonancia con los elementos del lenguaje escrito, aportan un impulso avasallador a la obra y, simultáneamente, le confieren una ambivalencia perturbadora. A los treinta años de su creación, las amenazadoras bocas de las ametralladoras, en pleno estruendo y en un tajante blanco y negro entre el verde profundo de la jungla, reforzadas por la onomatopeya «takka takka» en mayúsculas rojo sangre y un ignominioso texto de tono heroico sobre fondo amarillo en el tercio superior de la imagen, transmiten una impresión más duradera de lo que representa la violencia de la guerra que todas las imágenes televisivas de los cámaras «metidos» en una guerra real, unas imágenes que resultan minimizadoras. Y no sólo eso: el cuadro también plantea la cuestión del papel que las imágenes han desempeñado y desempeñan en las guerras. En un principio, el artista se limitó a mostrar el artefacto bélico en el momento de ejecutar su cometido, como si funcionara automáticamente y se limitara a hacer aquello para lo que fue diseñado y producido masivamente. En el cuadro no se aprecia ni el tirador ni la víctima potencial, lo cual aumenta de forma considerable su agresividad. No hay una psicología aparente que suavice el desafío, ni tampoco un dudoso toque humano. La única alusión al tirador es el indecible texto empapado de heroísmo, que suena tan vacío como la mayoría de las justificaciones que se ofrecen a las acciones violentas y como la mayoría de los comentarios del «corresponsal de guerra». Las posibles víctimas, por el contrario, no tienen lugar en la imagen de violencia triunfante, ni lo tendrán nunca. Extremando los aspectos de lo artificial mediante la condensación –coloración propia de un póster y sistematización formal–, Lichtenstein crea un espacio en su cuadro para que lo real invada el mundo de la ficción a través del puente de la imaginación. De este modo transmite una noción de las consecuencias reales que produce un estallido repentino de violencia, aunque sólo tenga lugar en la imaginación del espectador en forma de violencia del medio.



n. 1923, Nueva York,
f. 1997, Nueva York, EE.UU.


THE EXHAUSTED SOLDIERS, SLEEP-LESS FOR FIVE AND SIX DAYS AT A TIME, ALWAYS HUNGRY FOR DECENT CHOW, SUFFERING FROM THE TROPICAL FUNGUS INFECTIONS, KEPT FIGHTING!
TAKKA TAKKA

M-Maybe

Magna sobre lienzo, 152 x 152 cm
Colonia, Museum Ludwig

En una entrevista con el crítico, curador y posteriormente fotógrafo John Coplans, el artista reconoció que lo que estimuló especialmente su interés por los cómics fue la contraposición entre un contenido emocionalmente elevado y una representación «más *cool*». En particular en sus numerosos cuadros sobre chicas jóvenes, creados durante la primera mitad de la década de 1960, escenifica dicha contraposición con un virtuosismo asombroso, aportando a sus cuadros una tensión vibrante. Una atractiva rubia de expresión pensativa mira con sus ojos azules al observador del cuadro *M-Maybe* (Quizá...) y, de algún modo, también al vacío, ensimismada. Con la cabeza apoyada sobre la mano enguantada, la izquierda –metáfora tradicional para el ánimo melancólico–, medita sobre la razón de que la hagan esperar en vano, tal como nos descubre el bocadillo. Al parecer, un hombre la ha plantado. La cotidianidad de la situación despierta en el espectador un sentimiento inmediato de compasión. No es difícil identificarse con la joven. ¿Acaso hay alguien incapaz de ponerse en su situación? De ser así, no sería posible el modo de representación estandarizado con el que el pintor ha ubicado a la supuesta víctima de un retraso en el indefinido fluido de la distancia. A la vista de esa distancia, la posible compasión se revela como una forma especial de hipocresía. De repente, la relación entre cuadro y espectador adquiere un doble fondo. La artificialidad del lenguaje visual encuentra su correspondencia en el cliché de la imagen femenina, cuyo modelo Lichtenstein ha rescatado de un cómic, y también en las sensaciones baratas que debería despertar en el espectador, que de improviso se reconoce en el papel de perro de Pavlov. El artista opera de forma magistral con la brecha que separa el mundo de la conciencia individual. Supera los clichés de los cómics con el efecto elemental de su técnica pictórica: colores primarios, fuertes contrastes y un dibujo conciso y uniformizador, optimizando así la estética popular, por decirlo de algún modo. Lichtenstein siempre subrayó que mejoraba la vulgar estética del cómic. Anteriormente y con la ayuda de un proyector de diapositivas, había proyectado el modelo sobre un lienzo y había establecido una analogía a nivel técnico entre la producción mecánica y el trivial mundo de los sentimientos. Además cubrió el rostro de la rubia con un mar de puntos: un vestigio de la trama presente en los modelos impresos. Sin embargo, en la obra de arte original, los puntos pierden su función y, gracias a la transformación, se convierten en un valor estético propio.


M-MAYBE HE BECAME ILL AND COULDN'T LEAVE THE STUDIO!

Yellow and Green Brushstrokes

Óleo y sobre lienzo, 214 x 458 cm
Fráncfort del Meno, Museum für Moderne Kunst

Todo tipo de pintura se origina a partir de abundantes pinceladas. La manera como el pintor las ejecuta no es indiferente, decide más que nada la cualidad visual del motivo que encarna su suma, sin importar que se trate de motivos figurativos o abstractos. Es, por tanto, este procedimiento el que decide el efecto del cuadro una vez terminado. La paulatina individualización del arte y, desde el concepto artístico, el hecho de que la visión subjetiva de sus creadores fuera ganando significado a costa de lo representado, permitió ir descubriendo el aspecto psicológico de la pincelada, que se empezó a leer como notación de la ubicación subjetiva del artista durante el proceso creativo. Las tendencias expresionistas impulsaron dicha inclinación y, en opinión de muchos, en las versiones abstractas de la pintura expresionista, la factura de la pincelada revelaba incluso un psicograma completo. Con su serie de pinturas sobre *Brushtrokes* (Pinceladas), Lichtenstein ironizaba acerca del culto exagerado que la pincelada recibía en el expresionismo abstracto, como por ejemplo en los cuadros de Jackson Pollock y otros artistas, aunque al mismo tiempo minaba el fundamento de la visión que el arte moderno tiene de sí mismo, basado en la originalidad artística y en el carácter único, por principio, de cada obra de arte. Lichtenstein aisló la pincelada del contexto pictórico, la amplió y aumentó por medio de la proyección, y reprodujo el resultado en el lenguaje estandarizado del cómic, especializado en la producción impresa en masa. *Yellow and Green Brushstrokes* (Pinceladas amarillas y verdes) muestra dos garabatos superpuestos realizados con un pincel, junto con algunas salpicaduras de color. Pero por muy sencilla que pueda parecer la configuración del cuadro, presenta una complicada estructura. Se trata tan sólo de una de las muchas versiones del tema. El primer ejemplo para la serie procedía de un dibujo de cómic, pero las demás variaciones son resultado del penoso proceso de pruebas y ensayos llevado a cabo hasta hallar la forma deseada. Lo que gracias a su admirable dinámica se presenta como una constelación espontánea, prácticamente casual, es el producto de un complicado proceso mecanizado. Con todo, los cuadros de la serie no logran su plena realización hasta alcanzar la forma impresa como serigrafía. Y es que la serigrafía reproduce el símbolo de la individualidad. En estas mismas obras, Lichtenstein plantea también la cuestión de la diferencia entre marca comercial y estilo artístico. Los *brushstrokes*, sin duda, borran dicha diferencia hasta desfigurarla. ¿Qué diferencia hay entre un signo distintivo que se repite constantemente en el arte y un símbolo estándar de la producción industrial?



Femme dans un fauteuil, 1963



Pastry case I

Esmalte sobre nueve esculturas de escayola en una vitrina, 53 x 77 x 37 cm
Nueva York, The Museum of Modern Art, Sidney and Harriet Janis Collection

El artista se defendió ante toda interpretación demasiado ambiciosa: sobre la colección de dulces expuesta en una vitrina, escribió que los alimentos evidentemente no son comestibles. Un simple esfuerzo mental basta para descubrir que no son auténticos, sino testimonios del arte, y que se afirman a sí mismos en lugar de servir a ningún tipo de finalidad. Claes Oldenburg reprodujo en escayola nueve productos de la fantasía pastelera del país y los pintó parcialmente al estilo expresionista: un pastel de arándanos, algunas bolas de helado, una manzana caramelizada, un *banana split*, todos dispuestos sobre platos o bandejas. Son productos más bien tradicionales, alabados como *home made* (caseros) y que aun así normalmente son producidos en fábricas. En este caso están realmente «hechos a mano», por el artista. El material para estas pretendidas exquisiteces fueron la lona y la muselina. Oldenburg sumergió dichos materiales en escayola, los colocó sobre armazones de alambre y finalmente los coloreó. La diferencia con los modelos reales se aprecia de inmediato. No pretenden alcanzar una similitud exagerada, ni en la forma ni en el color, a diferencia del sorprendente ilusionismo que irradian las muestras de cera en vitrinas de restaurantes japoneses. Parece más bien que, con sus pequeñas esculturas, el artista tuviera en mente ante todo una parodia de la pintura y la escultura expresionistas. Por otro lado, también podría tratarse de una alusión a la gran tradición holandesa de la naturaleza muerta, a las magníficas representaciones de aves, pescados, jamones, hortalizas y fruta que, además del deleite fisiológico, celebraban la destreza del pintor e ilustraban al estilo del consumo descarado el gusto por la vida de la persona que había encargado el cuadro, propagando con ello una especie de *memento mori*. El mordaz humor de Oldenburg advierte de la osadía que supone sobreestimar dichos aspectos: «Estoy a favor del arte de los plátanos sobre los cuales se ha sentado alguien». Por lo demás, *Pastry Case I* (Vitrina de dulces I) es un importante documento de la historia del pop art. Se trataba de una nueva creación para la legendaria exposición «The Store» (Green Gallery, Manhattan, 1962). El marchante de arte Sidney Janis la compró por 324,98 dólares y la incorporó a su célebre exposición «New Realists», de-dicada al pop art e inaugurada el 1 de noviembre del mismo año. La muestra reunió a artistas americanos y europeos, como Lichtenstein, Oldenburg, Warhol, Klein, Arman y Niki de Saint Phalle, y según la opinión generalizada, marcó la irrupción de los artistas pop a escala internacional.



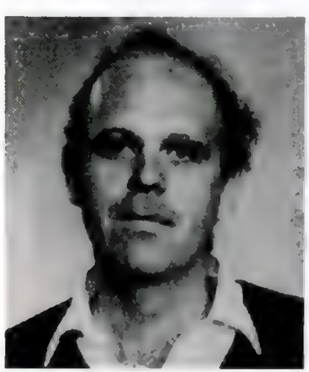
Floor Burger, 1962



soft washstand

Lino, miraguano, color, madera, 139,7 x 91,4 x 71,1 cm
Colección privada

Entre las asociaciones que el título pueda evocar y la triste figura que se nos presenta, hay un universo de distancia. Quien pase por alto la referencia explicativa sobre la condición del objeto, necesitará mucha fantasía para llegar a identificar lo que representa. Con lino, madera, miraguano –un material de relleno utilizado en tapicería– y color, el artista ha creado algo que en porcelana, plástico y metal suele servir a los profanos propósitos de la higiene: un lavabo con pie. En lugar de un cuerpo compacto y reluciente con cantos redondeados o bien angulosos, de consistencia firme y dura, el espectador se encuentra ante una forma blanda, bastante desaseada, incapaz de contener el agua si se llenara. Sólo la grifería delata la posibilidad de agarre, pero es de madera y no de metal. La aposición al título, «versión fantasma», explica que esta blanda escultura es una versión de tela. Existen otras, de vinilo, por ejemplo, y de madera contrachapada y pintada. Aunque el modelo original era un aparato doméstico conocido universalmente, y al mismo tiempo expresión de la civilización moderna, Oldenburg, con su imitación conscientemente incompleta, no pretendía ahondar en aspectos o contextos culturales y sociales. Más bien deseaba producir un objeto artístico que debiera su efecto únicamente a la circunstancia de ser una obra de arte. De ahí la brecha que separa la denominación de la función. Mientras que el adjetivo explicativo caracteriza con precisión el estado del objeto, el sustantivo desmiente el propio objeto. Y es que el sustantivo produce la impresión de que el objeto habría de tener una función práctica. Así pues, a nivel semántico surge ya una de las contradicciones que marca la obra. Un lavabo blando no es capaz de cumplir el cometido para el que ha sido concebido, del mismo modo que una obra de arte no es capaz de cumplir una función práctica. No es casualidad que Oldenburg sea considerado uno de los precursores del arte conceptual. Y puesto que busca el efecto mediante el desencadenamiento de una confusión de sentimientos contradictorios –lo duro se convierte en blando, lo firme en fluido–, sus complejos trabajos establecen un puente hacia un arte que va más allá de la vanguardia, tendencia que respaldan sus dibujos comparables a los de los antiguos maestros. Junto a los objetos domésticos, los alimentos constituyen otra de las principales fuentes de inspiración del artista, que obtuvo sus primeras experiencias artísticas como iniciador y actor de *happenings*.



n. 1929, Estocolmo, Suecia



Giant Fagends

Lienzo, espuma de uretano, madera, 132 x 244 x 244 cm
Nueva York, Whitney Museum of American Art,
Purchased through the Fund of the Friends of the Whitney Museum of American Art

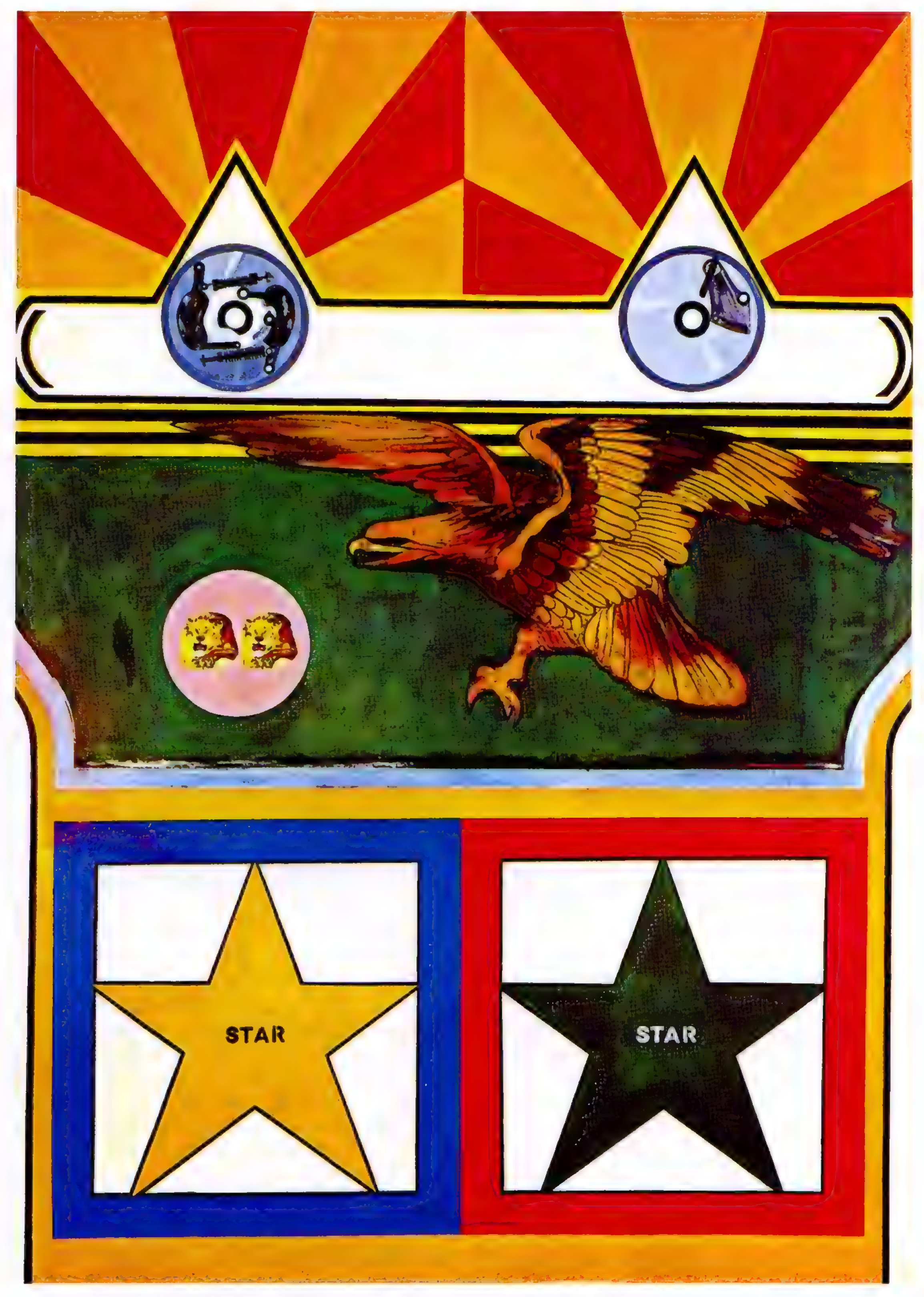
Está claro que a Oldenburg, como artista, le motiva especialmente el hecho de poner al descubierto los rasgos subliminalmente monstruosos de lo cotidiano, de los objetos corrientes y de los artículos de consumo más habituales, y lo hace en sus obras. Para lograr su objetivo, aplica distintos aunque análogos ardides estéticos. Sustituye la sustancia original por otra lo más extraña posible o bien hincha de forma gigantesca las dimensiones de los objetos que tiene en mente, con lo cual el material en sí sufre forzosamente una transformación. Es así como los productos comestibles se revelan en realidad como pedazos de escayola, las instalaciones sanitarias como fláccidas cortinas de tela y los utensilios domésticos como instrumentos para gigantes. En *Giant Fagends* (Restos gigantes), las colillas aplastadas de unos cigarrillos con filtro están hechas de un material artificial, la espuma de uretano. El artista las amontonó sobre un pedestal poliédrico biselado de 2,4 x 2,4 m. Una vez transformados en su forma y su sustancia, los estimulantes productos dejan de ser elementos de un contexto antepuesto y, al estar colocados sobre un fundamento que los ennoblece, ganan autonomía escultural. El espectador situado justo enfrente del objeto no lo reconoce de inmediato como la copia ampliada de un cenicero lleno. Tampoco el color, situado en la escala del blanco al marrón negruzco pasando por el ocre, evoca a primera vista tales deshechos. Más bien les confiere una sutil y elegante resonancia elegíaca. Con ello se origina un curioso contraste con el tema de la obra. La perfección plástica del objeto no se corresponde a la noción de unas colillas malolientes y polvorientas. Sin embargo, en las obras de Oldenburg, lo contradictorio se erige en elixir de vida. Material y definición se asimilan tan poco como forma y contenido. En la incongruencia brilla también de forma pasajera la contradicción de la civilización moderna. Mientras que ésta transforma los valores espirituales y artísticos en bienes de consumo baratos, Oldenburg ennoblece lo trivial convirtiéndolo en arte.



Lion versus Eagles

Óleo sobre lienzo, 213 x 153 cm
Gante, Museum van Heedendaagse Kunst

Aunque se le considera el más americano de los artistas pop británicos, Phillips recurrió a las tradiciones europeas como marco de referencia. Y se remontó muy atrás en la historia, hasta épocas anteriores a la renovación de la pintura emprendida por los artistas del renacimiento. Teniendo en cuenta la configuración formal del lenguaje de signos por el que se decanta al reunir en un contexto visual a dos figuras mitológicas como el león y el águila, su explicación resulta sorprendente. Y es que su lenguaje visual procede, manifiestamente, del inventario de la cultura popular. El carácter esquemático de la representación, así como el dibujo y el color, no dejan lugar a dudas. Por otro lado, los elementos individuales de este cuadro de época temprana están ordenados del mismo modo en que los pintores medievales explicaban las historias en sus cuadros: es decir, en varios estratos de campos separados que a veces se solapan en los márgenes. Phillips manifestó que sus pinturas eran «uniones de factores espaciales, iconográficos y técnicos que coincidían en un motivo». En la pintura prerrenacentista, una situación visual compleja se reproducía a través de una imagen central y otras escenas relacionadas que a su vez describían una historia o un fenómeno. En el centro del cuadro se distinguen dos cabezas de león dentro de un círculo. Sobre un fondo verde oscuro se les acerca un águila de alas poderosas. Probablemente, aquí confluyen conocidas marcas de la industria a las que se relaciona conscientemente con los significados mitológicos de dichas figuras animales y que deberían representar el valor y la fuerza. La mitología ya no tiene por objetivo explicar el mundo, sino que contribuye a una mejor imagen publicitaria de los productos comerciales. El conjunto está coronado por unos rayos de configuración esquemática que van alternando el rojo y el amarillo, y por dos círculos perforados en el interior de unos triángulos puntiagudos. Debajo destacan dos estrellas, amarillas y negras sobre un fondo blanco, con la inscripción «STAR». Pese a sus formas figurativas, el cuadro tiene un aspecto abstracto. Está trazado como un plano de construcción, pero las cosas representadas en él no guardan conexión. Sólo alcanzan una plausibilidad estética gracias a su ordenación y a las duplicaciones y correspondencias formales. En *Lion Versus Eagles* (León contra águilas) –dicho sea de paso, el título tergiversa el estado de las cosas– funciona una especie de modelo óptico de narración, diferente al que de facto se usaba en la pintura prerrenacentista. Se trata de un modelo cuyas dimensiones en cuanto a contenido no resultan de una cadena de imágenes, sino de una fusión de impresiones visuales heterogéneas.


STAR
STAR

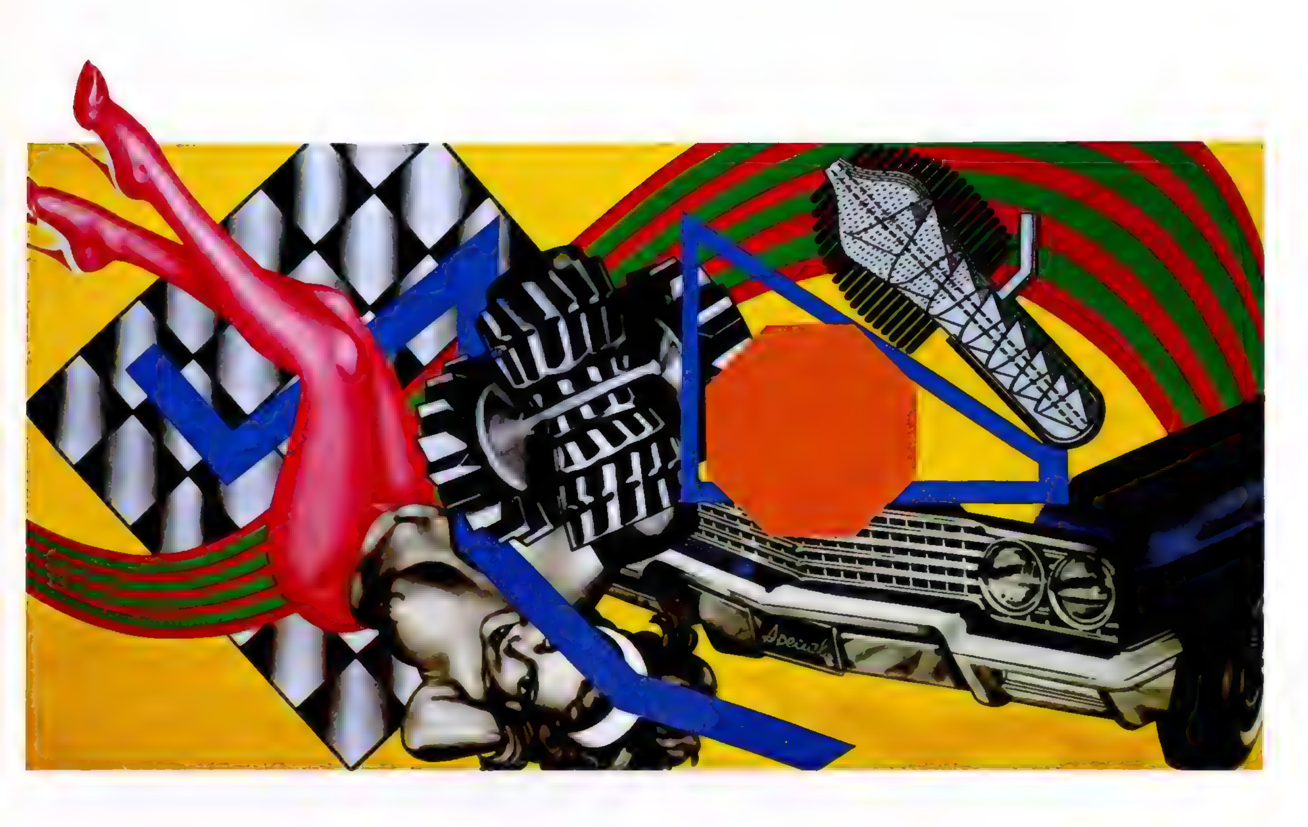
custom painting NO. 5

Óleo sobre lienzo, 172 x 300 cm
Colección privada

El inusual formato indica ya que el pintor, al concebir el cuadro, tenía en mente el modo en que funcionan los medios de comunicación de masas. Con imágenes sobredimensionadas muy similares, el cine intentaba resistir ante la rápida propagación del televisor y detener así su propia decadencia. Como ocurriría desde la superficie de proyección de una película, el cuadro de Phillips lanza sobre el espectador multitud de impresiones visuales heterogéneas. El contundente rompecabezas de formas arremolinadas busca una clara analogía con el sonido ensordecedor de la experiencia cinematográfica. Pero no es la dimensión de la ejecución temporal la que determina su contexto óptico: el pintor británico organizó los segmentos individuales del cuadro de forma correlativa y sucesiva sobre la superficie bidimensional de la pintura, cuyas leyes fundamentan su plausibilidad. No obstante, en la parte superior izquierda, una *pin-up* desnuda que cae hacia la derecha en diagonal rompe la integridad de la superficie rectangular con la punta de su zapato de tacón de aguja, acentuando a la vez el carácter de objeto de la pintura. La mirada soslayada de la chica de calendario acaricia al espectador casi de pasada. A su lado se amontonan todo tipo de cosas: una turbina desmontada, la rejilla del radiador de un coche americano y el dibujo técnico de una bujía, además de un octágono de color naranja, la cinta de una máquina de escribir en contraste complementario de rojo y verde, una línea violeta en zigzag y en la esquina un cuadrado con motivo ajedrezado. Todo se reúne sobre un fondo de distintos tonos amarillos. Elementos plásticos y planos se mezclan con los motivos, salvo con la chica de póster, cuyo cuerpo muestra con espléndido ilusionismo los volúmenes exigidos, tal como los escenifican los ilustradores profesionales. La cabeza y el tronco en un fotográfico blanco y negro, las bellas piernas en blanco y rojo. El rompecabezas de objetos y su encadenamiento a modo de montaje recuerdan el recorrido de una máquina del millón, mientras que los contrastes complementarios de rojo y verde, violeta y naranja, y azul y amarillo simulan las luces de la cabecera. Diversión, sexo, técnica, los símbolos de la sociedad de consumo, se entremezclan en esta turbulenta pintura. Durante sus segundos estudios de arte en el Royal College de Londres, Phillips conoció a Allen Jones, con quien emprendió un viaje a EE.UU., y a Boshier, Caulfield y Hockney, con quienes formó la tercera falange del pop británico, la más famosa.



n. 1939, Birmingham, Gran Bretaña



velveeta

Óleo sobre lienzo, 152 x 178 cm
Nueva York, Colección Louis K. Meisel

Las *pin-ups* se conocen como tal por ser imágenes de chicas que obreros y soldados fijan *(pin up)* en sus taquillas, o los camioneros en sus cabinas. Su objetivo: compensar engañosamente la gris cotidianidad. Los modelos para las representaciones pictóricas proceden de las fotografías. También Marilyn Monroe empezó su carrera como *pin-up*, un producto con una clientela masculina y, mayoritariamente, de procedencia pequeño burguesa. La chica de mirada seductora, boca abierta lascivamente, largas piernas y pechos generosos es el estereotipo del género; su complemento, la chica aparentemente tímida que quiere esconder su desnudez de los ojos curiosos, como si la hubiesen sorprendido. Ambas son producto de las fantasías sexuales masculinas y están cortadas a la medida del mundo varonil. En la jerarquía de las artes plásticas, las *pin-ups* son consideradas aún más vulgares que los cómics sentimentales y marciales que sirvieron de fuente de inspiración a Lichtenstein, o que las etiquetas de detergente o sopa enlatada que Warhol duplicó por docenas. Sin embargo, en el pop art llegaron a despertar un interés artístico. Un artista californiano les allanó el camino de entrada a los museos. Mel Ramos, como Thiebaud y Ruscha, es uno de los representantes del pop californiano y su actitud es tan radical como la de Ruscha y Warhol. Por principio, no cree que exista una diferencia estética entre el arte trivial y el arte exigente. Tampoco considera que haya una frontera entre arte comercial y no comercial. De forma similar a Warhol, el artista empezó glorificando a héroes del cómic como Batman. Posteriormente centró su atención en las mujeres de calendarios y revistas. De hecho, gracias a sus cuadros y tras un largo período de abstinencia, la erótica encontró de nuevo un lugar en el terreno del arte, del que había estado mucho tiempo ausente a causa de la abstracción. El renacimiento del placer, que la publicidad movilizaba de tan buen grado para «acercar sus productos al hombre», tuvo lugar en el amanecer de la «revolución sexual» y en forma de sexo aséptico. En *Velveeta*, un paquete de queso fundido actúa como pedestal en el que se acoda una mujer desnuda de esbeltos miembros. En su presentación evoca los desnudos de Canova, exhibiendo su hermosa espalda mientras gira la cabeza peinada a la perfección para lanzar una lánguida mirada al espectador. Las inscripciones y las formas del artículo de consumo, reproducidas con toda exactitud, poseen el mismo valor estético que el cuerpo de esta belleza, pintado de forma lisa y con dos hoyuelos justo encima de las nalgas. Mediante la combinación de elementos tan dispares se origina un marco absurdo con un aroma ligeramente surrealista. Y, de forma subliminal, el cuadro destila el cínico y banal mensaje de que la felicidad individual sólo se alcanza con el consumo continuado de sucedáneos como *pin-ups* o exquisiteces industriales.



n. 1935, Sacramento, EE.UU.


1 LB. NET WT.
VELVEETA
KRAFT
PASTEURIZED PROCESS CHEESE SPREAD

Black Market

Lienzo, madera, metal, colores al óleo, 152 x 127 cm
Colonia, Museum Ludwig

En la punta del cartel que indica «One way» se ha fijado un cordel que une el cuadro con una caja de madera oscura y la inscripción «OPEN» en el suelo. La pintura es, en la misma medida, parte de la vida y del arte, proclamaba Rauschenberg, quien se situó como artista en el hueco existente entre ambos aspectos. Su actitud queda simbolizada, si cabe, por el cordel, que une lo heterogéneo fáctica y simbólicamente. Sobre el fondo del cuadro, el artista fijó objetos de carácter cotidiano en un orden estético muy tenso. Y justo en el centro, de forma manifiesta, cuatro cuadernos de notas con tapas metálicas pintadas en formación prácticamente horizontal que compiten por atraer la atención con el cartel y la inscripción que señala la calle de sentido único. En la superficie pictórica hay, además, una fotografía de la cúpula del Capitolio en Washington y una matrícula de automóvil, así como cifras dispersas expresadas en números y en letras. Partidas de pintura aplicadas espontáneamente las solapan, unen y subrayan, asumiendo la función del cordel en el caso de los objetos plásticos. Con gran acierto, el pintor denominó *Combine Paintings* a los cuadros que forman el grupo de obras al que pertenece *Black Market* (Mercado negro). Además, infiltrándose en las rígidas categorías de la teoría estética de vanguardia, Rauschenberg acercó de nuevo el arte a lo real, un arte que bajo los auspicios de Clement Greenberg y la pintura abstracta se había retirado al terreno de lo elevado y lo absoluto. Ya el hecho de que sus cuadros no sean únicamente pintura, y aún menos escultura, sino que combinen caprichosamente ambas disciplinas, ilustra la tendencia de sus propósitos artísticos. Rauschenberg trabó amistad con el compositor John Cage y el bailarín Merce Cunningham, y fue alumno de Josef Albers en el Black Mountain College. Antes de concentrarse en el espacio y la superficie organizó importantes *happenings*, además de tomar parte en los de otros. Se le considera uno de los contramaestres del pop. No obstante, aunque su trabajo artístico a veces abordó lo que el pop iba a tratar con todo detalle, por ejemplo la cultura del tráfico o la escritura, no lo enfocó en la misma dirección. El artista no dedicó su atención a los aspectos más elegantes de la civilización urbana, sino a lo utilizado y desechado, a cosas que han perdido su aspecto más brillante. Sus cuadros aportan a lo no espectacular una nueva dignidad patética y, retrospectivamente, parecen tener más en común con el expresionismo abstracto que con el pop art.



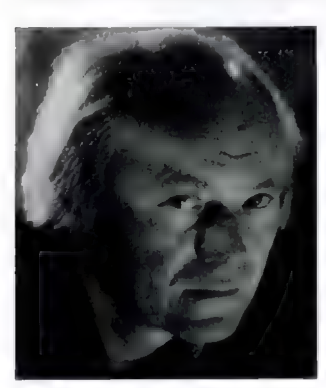
n. 1925, Port Arthur, Texas, EE.UU.


ONE WAY
BOOK
1
2
3
4

untitled (joan crawford)

Óleo sobre lienzo, 92 x 78 cm
Colonia, Museum Ludwig

La gran estrella de cine debe su póstuma leyenda negra al libro que le dedicó su hija. En él describía con todo detalle a Joan Crawford como «madre desnaturalizada» que todo lo supeditaba a su carrera: vida privada e hija. Treinta años antes de ser retratada por Rosenquist, la actriz había interpretado a menudo a duras mujeres de carrera que sabían lo que querían y alcanzaban el éxito: una curiosa simbiosis entre arte y vida. Pero, ¿se trata de un retrato? En realidad es todo lo contrario. El modelo fue un dibujo publicitario a todo color, quizás realizado a partir de una fotografía. En esta imagen, los rasgos externos de Crawford se han endurecido hasta convertirse prácticamente en un cliché caricaturesco: los ojos abiertos de par en par, con las cejas rasuradas y las pestañas rígidas, la boca rojo sangre deformada casi como una mueca en una sonrisa rutinaria, y el peinado ondulado. Es una máscara que mira fijamente a lo lejos, por encima del espectador. El cuadro no revela de qué hace publicidad. De algo «mild». El pintor recortó el margen rojo de la derecha que en el modelo original ofrecía cierta información. Sólo el cigarrillo en la mano izquierda de la estrella, también recortado, da pie a la especulación. Rosenquist priva de su efecto, mensaje y función al anuncio, que de improviso se revela como un fenómeno puramente estético, un montaje pictórico de distintos tipos de escrituras, tanto positivas como negativas, una postal-autógrafo a modo de póster y con colores cuidadosamente matizados, muy utilizados en la publicidad de jabón. El escenario cromático de la representación está formado por distintas tonalidades de rojo y ocre ante un fondo de franjas situadas en el espectro del gris al verde. La imagen, sin duda, complementa los cuadros de Marilyn pintados por Warhol, mucho más conocidos. En principio, sólo se diferencia de ellos por un modo de representación más esmerado y por el efecto conseguido. La causa radica en el modelo. En el arte, la «persona» Crawford no logró el estatus de icono que adquirió la «persona» Marilyn. El cine, por el contrario, las situaba a la misma altura en el Olimpo de las estrellas. El modelo para el cuadro de Crawford se remonta indudablemente a una época anterior. Cuando Rosenquist agarró los pinceles, habían transcurrido ya dos años desde su último éxito, *¿Qué fue de Baby Jane?* (1962) de Robert Aldrich, en la que se enfrentaba a Bette Davis. Desde entonces, la diva había aceptado un cargo directivo en la industria de la bebida. Además, no fueron otros sino ella misma quien por lo general dictó su historia personal. Encarnaba al tipo de mujer emancipada, tanto en la ficción como en la realidad. Y puesto que el cuadro no es un retrato, consigue transmitir mucho más sobre los mecanismos de la industria cultural, que transforma a las personas en imágenes, que sobre la psicología del personaje representado.



n. 1933, Grand Forks, Dakota del Norte, EE.UU.


Joan Crawford says—
"I've

standard station Amarillo, Texas

Óleo sobre lienzo, 165 x 315 cm
Hanover, New Hampshire, Hood Museum of Art, Dartmouth College

Al llegar a Los Angeles procedente de Oklahoma City, Ed Ruscha estaba casi decidido a cursar unos estudios que le cualificaran para hacer carrera como artista comercial. Se matriculó en el Chouinard Art Institute, una forja de talentos de la que han salido numerosos ilustradores de los estudios Walt Disney, aunque en ella también estudiaron artistas como Robert Irwin y Billy A. Bengston. Tal como ha reconocido en numerosas ocasiones, fue la reproducción de una diana de Jasper Johns en la revista *Print* lo que le decidió a dedicarse a las bellas artes. No obstante, no por ello dejó de buscar sus motivos en aquel mundo que había atraído su interés en un principio, al tiempo que trasladaba al terreno del arte más exigente los procedimientos y los modos de representación de las insignias estandarizadas y producidas en masa de la cultura popular. Junto con Warhol, Ruscha es el artista pop más significativo. A los dos les une algo más que unas simples relaciones formales de carácter superficial. *Standard Station* es la suma de las gasolineras de la Route 66, que une su ciudad natal con el centro de la industria de la diversión. A raíz de numerosos viajes por dicha carretera, Ruscha fotografió las estaciones de servicio con toda sobriedad, sin pretensiones, y publicó las imágenes en blanco y negro en un pequeño libro titulado *Twentysix Gasoline Stations* (Veintiséis gasolineras). La edición fue de 400 ejemplares. Según declaraciones del artista, la idea del título procede de un juego de palabras, sobre todo de la relación entre el número «twentysix» y el término «gasoline». Ruscha es el único artista pop que ha utilizado la fotografía para sus fines sin transformarla, y lo hace en la forma más adecuada para la fotografía: como libro ilustrado. La impresión en color sobre lienzo de *Standard Station* fue posible gracias a una técnica de reproducción mecánica. En la obra, el término «standard» adquiere un doble sentido, ya que el artista lo relaciona tanto con el objeto de la representación y su carácter industrial, como con el arte contemporáneo. Como marca, flota sobre el techo de una gasolinera estandarizada y sobre cuatro surtidores no menos estandarizados, todos ellos de color rojo. Los afilados contornos de la arquitectura presentan un agudo contraste con la suave transición entre cielo y horizonte, que a su vez constituyen algunos de los estándares más habituales en pintura tradicional. Por medio de métodos sencillos, el artista condensa los tópicos visuales del mundo cotidiano y los clichés del arte en una imagen pop ejemplar y de un nivel técnico avanzado.



n. 1937, Omaha, Nebraska, EE.UU.


STANDARD

Hollywood

Serigrafía, impresión n.° 100, 44 x 114 cm
Colección privada

Los mitos suelen eludir su representación en las artes visuales. Con todo, a veces cristalizan en imágenes o, en otras ocasiones, las suscitan: por poner un ejemplo, iconos impregnados de la creencia que la figura representada se encarna en ellos de forma real, o bien películas de cine, con su claro poder arrebatador. De hecho, los mitos son recuerdos colectivos de un tiempo prescrito. Pertenecen al reino de la narrativa oral. Los mitos modernos, por el contrario, son una fabricación colectiva de acuñación industrial. Surgen en torno a productos industriales, automóviles, barcos, ferrocarriles o, a veces, lugares y regiones. Pero sobre todo surgen en torno a la fábrica de sueños, tal como se denominaba al cine antiguamente. Algunas estrellas de cine desarrollaron cualidades míticas: Greta Garbo, Gloria Swanson, Marlene Dietrich, Humphrey Bogart, Ava Gardner, Marlon Brando y James Dean, o también Marilyn Monroe tras su temprano fallecimiento. Con todo, la mayoría de las estrellas de Hollywood sólo alcanzó el estatus de ídolo. El pop art es la tendencia artística que se ha dedicado de forma más enérgica a los mitos modernos. Warhol contribuyó a que Monroe ascendiera al nimbo, Wesselmann y Rosenquist hicieron lo propio con el Beetle, tal como se conoce en EE.UU. al Volkswagen Escarabajo. Ruscha vivía muy cerca de Hollywood y se propuso visualizar el mito de la metrópolis del cine. Y lo hizo en múltiples versiones. Ya fuera retratando la marca registrada de uno de los grandes estudios, 20th Century Fox, ya fuera iluminando, de madrugada (o al atardecer) sobre un oscuro y ondulado horizonte las letras de «HOLLYWOOD», cercanas y a la vez lejanas, como si en cierto modo se tratara de un término con aura. En la parte superior, las letras casi deslumbran, y únicamente una delgada formación de sombras permite diferenciarlas del claro y resplandeciente firmamento. El artista es especialista en destacar el efecto visual de letras y onomatopeyas. Mediante una afiligranada escenificación les transmite una claridad que en realidad no poseen. ¡Hollywood! ¡Hollywood! Ante la imagen de Ruscha, uno pronuncia el nombre con silencioso respeto y especial asombro. *Hollywood*, una litografía con excéntrico formato de cinemascope, encierra toda esa fantasía llamada cine. De forma muy similar a la de teorías estéticas olvidadas tiempo atrás, Ruscha moviliza la capacidad de imaginación del espectador: el arte surge en la mente. No es casualidad que se le considere el alma del arte conceptual. Además, ha demostrado que muchas de las diferencias entre el arte clásico y el arte moderno se reducen sólo a aspectos externos.



Large Trademark with Eight Spotlights, 1962



woman washing her Feet in a sink

Escayola, lavamanos, silla, altura 152 cm
Colonia, Museum Ludwig

En sus inicios fue pintor, durante diez años. Sin embargo, decepcionado por las limitadas posibilidades de la pintura para representar lo tridimensional, dirigió su atención a la escultura. El impulso de cambiar de disciplina artística deja poco margen a la especulación sobre el tipo de pintura que practicó George Segal. El artista fue fiel a sus convicciones y, como escultor, siguió siendo un representante de la postura empírica. Con todo, sería erróneo situarle dentro de una corriente artística que especialmente en Europa se dio a conocer como «realismo», ya que no es más que un marco artístico para abordar la realidad. Segal, por el contrario, está más interesado en la realidad como visión que se manifiesta en forma de una expresión artística. Su actitud está marcada por el pragmatismo de la cultura estadounidense. «He creado un espacio. Y a lo que aspira a llenar ese espacio con un volumen se le llama escultura», declaró Phillips en alguna ocasión. Su objetivo no podría expresarse con más sobriedad y concreción.



n. 1924, Nueva York,
f. 2000, South Brunswick,
New Jersey, EE.UU.

En el año 1958, el artista terminó su primera escultura. También *Woman Washing her Feet in a Sink* (Mujer lavándose los pies en una pila) se cuenta entre sus primeros trabajos. Contiene todos los rasgos típicos de su arte: la figura de escayola, el agudo espacio que define su existencia tridimensional, los objetos reales que la mantienen anclada a la realidad. En lugar de transformar los objetos artísticamente a medida de una determinada concepción de la realidad, Segal los muestra en relación con la figura que les da título, el único objeto que ha sometido a una transformación artística. La figura fue realizada a partir de un modelo real, del cual sacó una forma por medio de vendajes de escayola. Sin embargo, no utilizó la forma hueca que obtuvo para lograr la figura definitiva, como es habitual en las artes plásticas tradicionales, sino que otorgó a ese estadio intermedio del proceso escultórico el sello de lo consumado. De ahí que las huellas de la elaboración hayan permanecido visibles. A consecuencia de todo ello, entre la figura de escayola y los objetos reales de su conjunto escultórico se desarrolla una sutil tensión, comparable a la que existe entre imagen fotográfica y motivo fotográfico. Además, una imagen de opresora soledad impregna la memoria visual: una mujer de edad indeterminada en un sórdido entorno llevando a cabo algo que no interesa a nadie. No es un motivo para *voyeurs*, por lo que tampoco resulta un motivo especialmente fotogénico.



The Restaurant Window

Escayola, ventana de un restaurante, madera, metal, plexiglás, tubos de neón, silla, mesa, 244 x 340 x 206 cm
Colonia, Museum Ludwig

Una mujer sola se sienta frente a una mesa vacía, junto a la ventana de un restaurante. Pasa un hombre ensimismado, con las manos hundidas en los bolsillos del abrigo. Todavía no la ha dejado atrás, pero es muy poco probable que se fije en ella al pasar, por mucho que la ventana del restaurante la exponga formalmente como en un escaparate. El artista elaboró las dos figuras con escayola a partir de modelos vivos. El resto del conjunto, como es habitual en su arte, está formado por objetos reales: la ventana, la mesa, la silla. El conjunto provoca escalofríos. En un solo «momento decisivo» capta lo que la cultura comercial desmiente rotundamente con sus alegres augurios de felicidad y una vida satisfecha por el consumo: la penetrante soledad del indi-viduo a la sombra de un mundo de destellos. Si la obra tiene al-guna relación con el pop art, es únicamente como forma hueca y negativa, por decirlo de algún modo. Y es que carece manifiestamente de todos los rasgos que lo caracterizan. Dentro del pop art, Segal es como un cuerpo extraño. En cambio, muestra su arraigo en una determinada tradición de arte específicamente americano. La referencia al célebre cuadro de Edward Hopper *Los noctámbulos* (1942), que también describe una escena nocturna en un restaurante, es muy clara. El artista se ha limitado a condensar el número de personas y ha reducido su ambivalente atmósfera a un núcleo sin ornamentos. Por otro lado, también destaca el *diner*, una de las instituciones más significativas de la cultura estadounidense. No es exactamente un restaurante en el sentido europeo, sino lo que en inglés americano se conoce como *drugstore*, *bar*, *diner* o *drive-in*, un establecimiento donde se sirve comida, generalmente rápida. En el cine de Hollywood desempeña un papel crucial en el trato social. Paradójicamente, existe una relación subliminal entre los medios técnicos y la versión que hace Segal del pop art. La mayoría de sus obras poseen una estructura fotográfica y, hasta cierto punto, son la materialización de imágenes masivamente reproducidas por fotógrafos exigentes. Como la fotografía, congela constelaciones y situaciones típicas, y a partir de la condensación obtiene el impulso para una historia que se hace realidad en la mente del espectador. Lanza una mirada al lado oscuro de una sociedad de consumo, hipotética y denodadamente feliz, a las personas que no quieren o no pueden participar de sus seducciones, la imagen opuesta de ese mundo diseñado por la publicidad y las revistas que propagan un estilo de vida. Es al mismo tiempo una demostración convincente del poder del arte para mantener abierta la brecha que separa pretensión y realidad. Sólo sería posible imaginar una retrospectiva de la obra de Segal en forma de pesadilla.



cake counter

Óleo sobre lienzo, 93 x 183 cm
Colonia, Museum Ludwig

Como en el escaparate de una pastelería, tartas de distintos tamaños y formas se acumulan ante los ojos del espectador intentando seducirle. El nivel superior contiene ejemplares de cuatro pisos minuciosamente decorados y recubiertos de color blanco. Se parecen a los templos de los filmes históricos de Cecil B. De Mille. Variantes más pequeñas, con una coloración más matizada, se apilan en el nivel inferior, algunas ya cortadas para dejar al descubierto su sabroso relleno. A izquierda y derecha, los pasteles quedan cortados por el margen del cuadro y las dos hileras de esta dulce cuadrilla se extienden más allá del marco. Los colores elegidos en cada caso representan la cualidad específica del pastel y aunque en este contexto el azul pueda parecer exótico, no resulta inalcanzable para el ingenio pastelero. Los tonos cremosos predominan en todo el cuadro y, evidentemente, el intenso marrón del chocolate y el blanco resplandeciente de la nata. La escena podría describirse por completo en la jerga de la gastrosofía. En cualquier caso, restituye la ambigüedad perdida al anticuado concepto de «gusto», que en otra época había representado una categoría estética, y recuerda de forma subliminal la pérdida que han sufrido las artes plásticas al reducirse al atractivo óptico. Wayne Thiebaud es representante de la variante californiana del pop art. La superficie de sus cuadros muestra rastros de la ejecución y conserva el trazo del pincel. Los colores no son los propios de un póster, ni tampoco presentan una aplicación anónima. Aun así están a años luz del vigor subjetivo del expresionismo abstracto. La coloración simula los pasteles y las tartas por partida doble: por medio de la imitación (colorido local) y mediante la especial aplicación del color, que hace alusión de forma acentuada y algo penetrante a la cualidad física de los motivos, la consistencia cremosa de las tartas. La luz, junto con los objetos, desempeña el papel principal. Apenas proyecta sombras. El artista reconoció que le interesaba «lo que ocurre cuando la similitud entre color y contenido de la imagen alcanza su máximo grado posible; blancos intensos y luminosos cubren los pasteles como si fueran un baño de azúcar». Thiebaud es una especie de Chardin californiano que ha cortado su pedazo del pastel del arte y se le sitúa dentro de la corriente pop principalmente por la elección de sus temas. *Cake counter* (Mostrador de tartas) demuestra que se trata de un pintor versado: un pliegue óptico recorre la imagen por su centro en dirección horizontal, lo cual confiere a los objetos una enorme plasticidad. Con todo, esta sutil alteración no va en detrimento de la unidad formal del cuadro.



n.1920, Mesa, Arizona, EE.UU.



129 DIE IN JET

Pintura acrílica sobre lienzo, 254,5 x 182,5 cm
Colonia, Museum Ludwig

La portada del *New York Mirror* lo pregonaba formalmente el 4 de junio de 1962, un lunes. En mayúsculas: «129 DIE IN JET!» (Mueren 129 ¡en un reactor!). Entre las líneas, la foto de prensa, el doble de grande. El ala, casi reducida a escombros, se eleva hacia el cielo sereno por encima del aparato estrellado, como un memento. Ante los restos aparecen unos policías o ayudantes, de perfil o bien de espaldas. Poco después del desastre y con la ayuda de un proyector de diapositivas, Warhol trasladó y copió la portada en un lienzo de formato 254,5 x 182,5 cm. El nombre del periódico, el titular y la ilustración, junto con la nota sobre su autor, forman el inventario del cuadro con el que el artista inauguró su serie de «pinturas de la muerte», que de forma permanente situaba en el foco de atención el lado oscuro del *American way of life*, tan celebrado en sus demás composiciones. Las letras, particularmente las del titular, ejercen un efecto prolongado y contundente. Llaman la atención a simple vista. En obras más tardías, logró el mismo efecto mediante la repetición continuada de una sola imagen sobre la superficie pintada. Resulta imposible escapar a la fuerza sugestiva de las letras y de la fotografía reproducida pictóricamente. El texto y la imagen consiguen llegar al corazón, aunque las catástrofes aéreas como la representada casi pertenezcan a la vida cotidiana. El pintor equiparó formalmente la reproducción de la fotografía de prensa a la concisión gráfica de las letras y redujo superficialmente los detalles de la reproducción fotográfica a un par de cifras características. Con ello reforzó la tendencia a la abstracción, iniciada ya por la ampliación. Las escasas intervenciones artísticas distancian el cuadro del modelo real y del acontecimiento en sí, lo liberan de cualquier asomo de doloroso realismo y refuerzan su afirmación en lo ejemplar. Al mismo tiempo, erigen la combinación de escritura e imagen en símbolo intemporal. Warhol eleva la realidad transmitida por el periódico a realidad del arte y deja los retoques al potencial imaginativo del espectador. Fue Henry Geldzahler, en su día curador del Metropolitan Museum of Art de Nueva York y uno de los pocos defensores del pop art en el ámbito museístico, quien inspiró la idea del cuadro. El artista topó casualmente con él mientras leía el *New York Mirror* en un bar de Manhattan y Geldzahler le exhortó a convertir la portada en objeto de un cuadro. Warhol estaba siempre abierto a propuestas externas, eran parte integrante de sus principios estéticos y a menudo iba en busca de ellas. El hecho de que poco después fundara una *factory* para la elaboración de sus cuadros no sólo se debía a cálculos comerciales, sino que reflejaba también su actitud artística, que veía al artista contemporáneo como una especie de catalizador de influencias variadas más que como un creador genial.



Orange Car Crash 10 Times, 1963

FINAL★★ 5¢ **New York Mirror**

WEATHER: Fair with little change in temperature.

Vol. 37, No. 296

MONDAY, JUNE 4, 1962

C



129 DIE

IN JET!

Gold Marilyn Monroe

Polímeros, serigrafía, óleo sobre lienzo, 211 x 145 cm
Nueva York, The Museum of Modern Art, Gift of Philip Johnson

Con toda probabilidad, el creador del mito de Marilyn Monroe no fue Hollywood, ni la prensa ilustrada, sino Andy Warhol. El cine comercial y sus charlatanes publicitarios únicamente la convirtieron en una *sex-symbol* y en el prototipo de rubia ingenua. Hoy, gracias a biografías tanto ficticias como auténticas, sabemos que todo ello constituyó un motivo de sufrimiento para la actriz. En vida, la gente se burlaba de su ambición de ser tomada en serio, como persona que pensaba y sentía. Hubo muy pocas excepciones. La industria consideraba una infracción de las reglas del juego el deseo de la actriz de encarnar papeles dramáticos tras haber concluido con éxito los cursos que realizó en el famoso Actor's Studio de Nueva York cuando ya era una estrella. Poco después de su temprana muerte en 1962, quizá a consecuencia de un funesto error, Warhol transformó en icono de la cultura popular una fotografía bastante corriente destinada a las relaciones públicas. La había tomado el estadounidense Frank Powolny a principios de la década de 1950. Por aquel entonces, Monroe acababa de escapar de los calendarios y las postales *pin-up*, con las que había conseguido gran aclamación entre las tropas cuando todavía trabajaba para la industria armamentística. Además, gracias a los remarcables papeles secundarios que le ofrecieron John Huston (*La jungla de asfalto*, 1950) y Joseph L. Mankiewicz (*Eva al desnudo,* 1950), ya pisaba suelo firme en el cine más ambicioso de Hollywood. Con todo, nunca logró borrar su fama de «bomba sexual». Al margen de su atractivo cuerpo, la industria cinematográfica sólo explotó su talento cómico, negándole por el contrario el título honorífico de actriz seria. En *Bus Stop* (1956), de Joshua Logan, y *Vidas rebeldes* (1960), también de Huston, interpreta los únicos grandes papeles que demuestran su talento dramático. También la opinión pública tenía en mejor consideración a muchas de sus coetáneas. La auténtica gloria la alcanzó una vez fallecida, como si la muerte hubiese sido la condición para ello. Warhol la convirtió en un ídolo emplazando este retrato sin interés, de sonrisa estereotipada y rígida, en un espacio más amplio que lo rodea como un solemne *passepartout*. A continuación cubrió toda la superficie de un tono dorado, el color del Jerusalén celestial que confiere a los iconos su aspecto ultramundano. Los labios voluptuosos, los ojos, los rizos, el rostro, que gracias a la técnica de serigrafía aplicada perdió todo su volumen y realismo, se distancian del fondo del cuadro y flotan delante y por encima de él, como estrellas sobre un cielo dorado. En muchas versiones posteriores, Warhol secularizó a su ídolo mediante la constante repetición o el aislamiento de la sonrisa y vinculó el mito de la estrella con el modo y la manera en que lo producen los medios de comunicación de masas. Siempre en nuevas variaciones e incesantes series, como si se tratara de un producto industrializado, de una mercancía.



n. 1931, Pittsburgh, Pensilvania, f. 1987, Nueva York, EE.UU.



80 Two Dollar Bills (Front and Rear)

Serigrafía sobre lienzo, 210 x 96 cm
Colonia, Museum Ludwig

Reducido a su fórmula más breve, el contenido del cuadro sería: ochenta dólares. Su tema no incluye nada más. Los ochenta dólares están representados por cuarenta billetes de dos dólares. El artista copió la cara y el envés de cada uno de ellos, cuatro piezas en cada línea repartidas en diez niveles. Para descifrar el contenido del cuadro, basta un sencillo proceso consistente en contar y sumar. Al margen de una mínima habilidad calculadora, no exige ninguna aptitudes mentales especial y el proceso de comprensión sigue un camino claro y racional. Las interpretaciones erróneas quedan descartadas de antemano. Tampoco hay que temer que un potencial espectador desconozca el motivo del lienzo, pues está tan presente como Dios en los estados teocrácticos. Por eso resulta más que justificado comparar las diversas hileras de representaciones de dólares con iconos, aunque en el caso de la obra de Warhol se abuse hasta la saciedad de dicha comparación. Sencillamente, en lugar de la personificación de Dios, se ha materializado el dinero, un sistema igualmente mágico basado en la fe que se le profesa. Los billetes de dólar también encarnan, en el sentido más literal de la palabra, aquello que reproducen, es decir: el dinero. No existe una brecha de principios entre el cuadro y lo que reproduce, entre el billete «falso» aplicado al lienzo mediante serigrafía por un lado y el billete real por otro. Ambos representan un sistema abstracto, un valor mercantil que supera en mucho su valor material, con la diferencia de que el valor mercantil de las obras de Warhol supera el valor real de los billetes de dólar que reproducen. Sólo necesitó un proceso de canje. Hasta entonces, ningún artista había expuesto de forma más cruel la ficción de que en el ámbito del arte los valores espirituales y los materiales son incompatibles. Al mismo tiempo, ilustró con absoluta claridad los engranajes de los mecanismos económicos y culturales del negocio del arte y los reconoció como constitutivos de la esencia de una obra de arte contemporánea. Al contrario de lo que proclama la leyenda, el valor de una obra de arte no se mide únicamente por su calidad artística –al margen de lo que se entienda por calidad artística–, sino también por la cuantía de su precio y, no hay que olvidarlo, por el prestigio del autor o la autora. La capacidad de moverse con éxito por el negocio comercial del arte forma parte integral de su valor artístico (que no estético). Y cada venta de un cuadro de billetes de Warhol aporta nueva vida a su contenido.



campbell's soup can I

Pintura acrílica, serigrafía sobre lienzo, 92 x 61 cm
Aquisgrán, Neue Galerie – Colección Ludwig

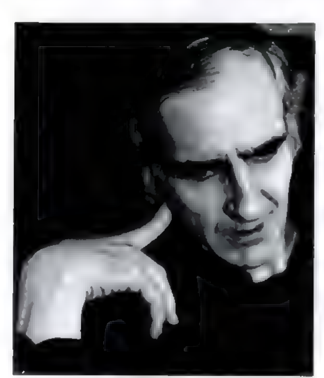
En julio y agosto de 1962, cuando expuso por primera vez sus cuadros de sopas enlatadas de la marca estadounidense Campbell's –un total de 32 ejemplares–, el artista las presentó de la misma forma en que entonces se ofertaban las conservas en el supermercado: unas junto a otras y a idéntica distancia, de total conformidad con las nociones de la época sobre *product placement*. En otras palabras, según un punto de vista estético orientado hacia lo comercial. Sin embargo, el lugar de la muestra no fue uno de los grandes almacenes de Los Angeles, sino la Ferus Gallery, un establecimiento comprometido con el pop art. Cada cuadro costaba cien dólares, mientras que el modelo original sólo estaba valorado en 29 centavos. Técnicamente, los cuadros eran un producto semimecánico, una mezcla de pintura, serigrafía y un procedimiento de estampación que se realizaba en parte de forma manual y en parte mecánicamente. Aunque una mirada superficial no permite apreciar ningún tipo de diferencia entre los cuadros de 50,8 x 40,6 cm, las latas diferían unas de otras en un detalle decisivo: cada ejemplar representaba un sabor distinto, una nota individual entre la simetría. La exposición significó una provocación consciente, no sólo por la cotidianidad del tema y la estereotipia de la representación, sino también por el paralelismo entre galería de arte y supermercado, entre el comercio del arte y el de la alimentación. Para Warhol, quien también había estudiado sociología, el contexto social en el que se revela una obra de arte era tan significativo como el objeto en sí, y en su opinión también el objeto reflejaba un trasfondo social. Las sopas Campbell's, la Coca-cola, los Kellogg's y el detergente Brillo, productos elaborados industrialmente por la civilización norteamericana y que Warhol elevó a dignidades artísticas, marcaban la vida de la clase media estadounidense que el artista representaba tanto como el sexo o la muerte. Como pieza individual, *Campbell's Soup Can*, una versión posterior y ampliada de la lata de sopa de tomate, podría motivar la falsa impresión de que el artista sólo pretendía glorificar el idioma de la cultura popular. Sin embargo, para él, el efecto social no era menos importante. «Lo que hace de este país una tierra fabulosa –declaró en cierta ocasión– es que América fundó una tradición en la que los consumidores más ricos de hecho compran las mismas cosas que los más pobres. Puedes mirar la televisión y beber Coca-cola, y sabes que el presidente bebe Coca-cola, que Liz Taylor bebe Coca-cola y piensas que tú también bebes Coca-cola. Una Coca-cola es una Coca-cola, y por mucho dinero que tengas, tu Coca-cola no será mejor.» Por ello procuró establecer una situación similar en el ámbito del arte. Con la ayuda de métodos de fabricación estandarizados aportó al arte la magia de la repetición. Después de que la fotografía se proclamara la «gran igualadora» en el panorama cultural (Jonathan Crary), el arte siguió el mismo camino con Warhol.


Campbell's
CONDENSED
EXPOSITION UNIVERSELLE INTERNATIONALE 1900
TOMATO
SOUP

Bathtub 3

Óleo sobre lienzo, plástico, diferentes objetos, 213 x 270 x 45 cm
Colonia, Museum Ludwig

Un anuncio de cuartos de baño para solteros no funcionaría mejor, pero de lo único que hace publicidad el cuadro es del arte del pintor. Se trata de una obra singular, una combinación de objetos pintados y objetos reales, como la puerta, la toalla, la alfombra de baño, el contenedor para ropa sucia, la cortina de la ducha... En el arte de los modernos, este tipo de montajes solía tener por objetivo romper con toda forma de ilusión, como por ejemplo en el cubismo. Aquí, por el contrario, el principio estético tiene por finalidad reforzar aún más la sensación de ilusión. En la autenticidad de la reproducción fotográfica, las diferencias entre pintura y realidad desaparecen. Sólo la plana silueta de la rubia, secándose la espalda con una toalla a rayas rojas y blancas, alude al carácter artificial de la composición. Que esté desnuda se debe únicamente a un acto de fantasía del espectador. Y es que sólo la insinuación de unos pezones sutilmente pintados y del triángulo púbico sugiere su desnudez. Wesselmann desarrolla un juego de sentidos ocultos con distintos niveles de realidad, en el que se ven involucrados los productos del mundo real. Ni siquiera la silueta de la mujer se corresponde a una silueta convencional. No es negra, sino blanca, no es un contorno sombreado. En realidad se trata de la hipotética silueta de una plantilla, dotada de un manifiesto encanto sexual: pelo rubio, pezones y vello púbico. Por decirlo de algún modo, los símbolos neurálgicos que la fantasía (masculina) procura integrar de forma normalmente plástica. El artista ha determinado el marco de la imaginación con el ambiente, que limita las nociones sexuales al terreno de lo clínico e higiénico. No aparece nada que pudiera estar prohibido en publicidad. Una vez más, Wesselmann se revela como hábil representante del mundo erótico de Henri Matisse en el clima comercial de la cultura popular de Estados Unidos, muy sexualizada. Anulando por completo el lado oscuro de la sexualidad, que en algunos cuadros del francés tiene resonancias subliminales, supera el arte de su modelo a través de la pura artificialidad. Paradójicamente lo consigue gracias a las piezas reales que elige para el decorado. Lo real se vuelca sobre la esfera de lo artificial.



n. 1931, Cincinnati, Ohio, EE.UU.

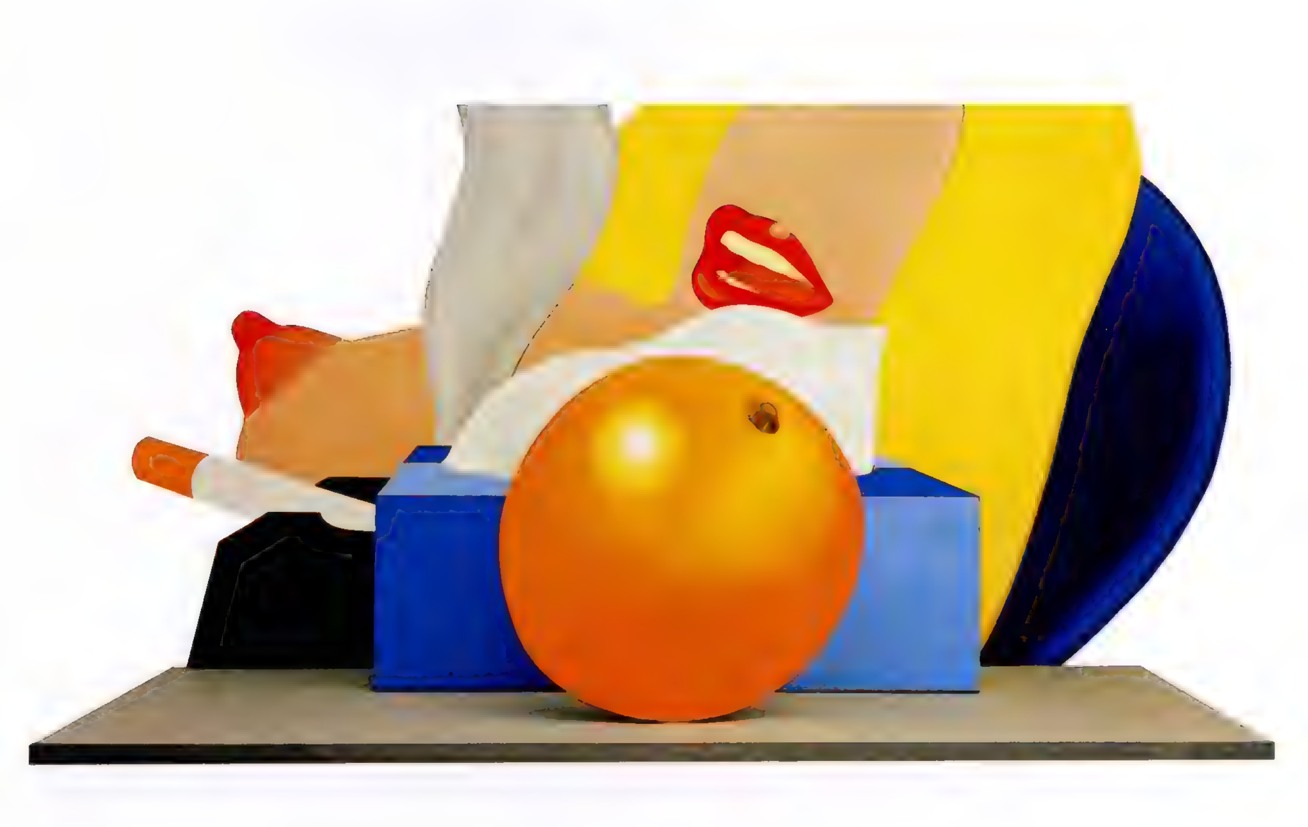
Sólo fines educativos - Lennyteka



Great American Nude No. 98

Cinco lienzos colocados sucesivamente en tres niveles, 250 x 380 x 130 cm
Colonia, Museum Ludwig

En cierta ocasión, el gran cineasta francés Jean-Pierre Melville declaró con sorna, en una de sus conversaciones, que el ideal femenino de los norteamericanos era el de «una mujer con el culo en el pecho». El pintor Tom Wesselmann rindió tributo frecuentemente a la tan conjurada obsesión de los estadounidenses por los pechos voluminosos, y lo hizo de forma muy clara en los elementos de este objeto gráfico formado por cinco lienzos, al cual añadió un par de ingredientes relacionados con el tema: la rubia melena de la modelo, la seductora boca de tonalidad carmín, unos dientes blancos y relucientes enmarcando la rosada lengua, una naranja de color amarillo rojizo bajo la aguda luz del primer plano, y en el plano medio un cigarrillo humeando, muy cerca del pecho. Una caja de pañuelos de papel azul, un cenicero negro y un cojín semicircular completan el conjunto. Gracias a la compactación del montaje, escalonado en tres niveles, las connotaciones sexuales saltan a la vista de inmediato. El artista las ha situado en escena de forma directa, como en un póster. La ausencia de cualquier tipo de subjetividad en el rostro de la rubia, que desde el punto de vista óptico responde a una aplicación uniforme del color sin el menor trazo manual, señala la fuente de inspiración: la publicidad. Aunque Wesselmann obtiene sus efectos desprovistos de metáforas del vocabulario publicitario, cambia su estrategia de manera decisiva a base de acumular sus formas. En lugar de servirse del sexo para desviar la atención de su espectador hacia las habituales satisfacciones sustitutivas basadas en el consumo, alaba el sexo en sí y con gran decisión transforma los bienes de consumo representados en sólidos símbolos sexuales. Los colores, tremendamente delicados, aportan a este *Great American Nude* (Gran desnudo americano) su poder de seducción y matizan los clichés propios de los pósteres. De este modo surge un irritante campo de tensión, una brecha justo por encima del umbral de percepción, conscientemente calculada por el artista. Antes de hallar sus formas de expresión características, Wesselmann experimentó con la pintura expresionista al estilo de Willem de Kooning y con los *collages* de procedencia abstracta y mediática, además de probar suerte con representaciones relativamente convencionales de objetos y paisajes. Su experiencia con la técnica del *collage* –en sus inicios no pintaba a partir de modelos, como la mayoría de los artistas pop, sino que los utilizaba de forma inalterada– se refleja espontáneamente en la estructura característica de sus obras pop.



still Life NO. 20

Mezcla de medios, 104 x 122 x 14 cm
Buffalo, Albright-Knox Art Gallery, Gift of Seymour H. Knox, jr.

El Mondrian es una copia. Las botellas, el pan de molde, los plátanos, la manzana, el vaso de Coca-cola y la mesa que los sostiene amplían el capítulo de la ilusión óptica en el ámbito del arte. Por el contrario, el pequeño armario, su contenido, los tubos fluorescentes y el grifo de dos cabezas con jabón y jabonera son reales. Con color, papel, madera y los artículos de consumo mencionados, Wesselmann creó un híbrido entre cocina y baño. En este conjunto se entrecruzan tres niveles de lo real: la realidad en sí, la fotografía y la pintura. Sin embargo, lo fotográfico se revela como pintado, lo pintado como impresión a color, y lo real como elemento de una obra de arte, al menos a la luz del concepto artístico de los modernos –tan pronto como una creación se expone en un museo, los focos del arte recaen sobre ella, iluminándola como obra de arte. Por otro lado, bajo el aspecto de la realidad, la obra de arte en forma de copia enmarcada del cuadro de Piet Mondrian parece un simple ornamento de la habitación. Su significación artística es casi nula, su dimensión espiritual se desvanece. Los alimentos reproducidos con una precisión fotográfica parecen alucinaciones, y los demás objetos pasan a ser piezas decorativas sin función alguna, como la copia del cuadro de Mondrian. El pop art nunca fue tan lineal como dicen algunos críticos. El contexto en el que las obras de arte se afirman como tal suele ser un tema concomitante para la mayoría de los autores. Las condiciones en que se manifiesta la obra influyen en su definición. Las tensiones entre los niveles de lo real se reflejan en las tensiones formales del conjunto de Wesselmann, en las tensiones entre pintura ilusionista y realidad, entre superficie y espacio, entre arte y decoración. Cuando terminó con los desnudos, Wesselmann dirigió su atención al tema de las naturalezas muertas, un género del que también desarrolló la declinación completa mediante un amplio grupo de obras en cuyo centro ya no se encontraba la mujer como objeto, sino su entorno doméstico, la cocina y el baño de las viviendas de clase media situadas en los suburbios. Las connotaciones sexuales pasan a un segundo plano, pero no desaparecen, tal como confirma el encuentro casual entre las puntas de los plátanos y la redondez de las manzanas. Y es que por lo general, en la obra de Wesselmann, y también en *Still Life No. 20* (Naturaleza muerta n.° 20), las frutas simbolizan lo masculino y lo femenino, el falo y los pechos. Como la mantequilla a través del papel, las obsesiones sexuales se abren paso a través de la fachada de bienestar de la puritana sociedad estadounidense.


BALLANTINE
XXX
ALE
Lite
Diet
Lite
Diet
Lite
Diet
Coca-Cola

Si desea información acerca de las nuevas publicaciones de TASCHEN, solicite nuestra revista en www.taschen.com/magazine o escríbanos a TASCHEN, c/Víctor Hugo, 1°- 2° dcha., E-28004 Madrid, España, contact-e@taschen.com, fax: +34 91-360 50 64. Nos complacerá remitirle un ejemplar gratuito de nuestra revista, donde hallará información completa acerca de todos nuestros libros.

Hohenzollernring 53, D–50672 Köln
www.taschen.com

Edición: Uta Grosenick, Colonia
Redacción: Sabine Bleßmann, Colonia
Diseño: Sense/Net, Andy Disl y Birgit Reber, Colonia
Producción: Ute Wachendorf, Colonia
Redacción y maquetación de la edición española:
LocTeam, S. L. Barcelona
Traducción del alemán: Mariona Gratacòs i Grau
para LocTeam, S. L., Barcelona

Printed in Germany
ISBN–13: 978–3–8228–2301–9
ISBN–10: 3–8228–2301–5

Ilustraciones de la comparación:
Página 54: Roy Lichtenstein, *Femme dans un fauteuil*, 1963,
magna sobre lienzo, 173 x 122 cm,
Berlín, Colección Marx, Hamburger Bahnhof – Museum für Gegenwart
Página 56: Claes Oldenburg, *Floor Burger*, 1962,
lona pintada y espuma de plástico, 132 x 213 cm,
Toronto, Art Gallery of Ontario
Página 74: Edward Ruscha, *Large Trademark with Eight Spotlights*, 1962,
óleo sobre lienzo, 170 x 339 cm,
Nueva York, Whitney Museum of American Art, Percy Uris Fund
Página 82: Andy Warhol, *Orange Car Crash 10 Times*, 1963,
acrílico y liquitex sobre lienzo, 2 partes, cada una de 332 x 206 cm,
Viena, Museum Moderner Kunst – Colección Ludwig

Página 1
ROY LICHTENSTEIN

Art
1962, óleo sobre lienzo, 91 x 173 cm
Colección privada

Página 2
JAMES ROSENQUIST

Marilyn Monroe I
1962, óleo y esmalte pulverizado sobre lienzo, 236 x 183 cm
Nueva York, The Museum of Modern Art, Sidney and Harriet Janis Collection

Página 4
ANDY WARHOL

Brillo, Del Monte and Heinz Boxes
1964, serigrafía sobre madera, 44 x 43 x 36 cm; 33 x 41 x 30 cm; 21 x 40 x 26 cm
Colección privada

En esta serie

POP ART — Klaus Honnef
EXPRESIONISMO — Norbert Wolf
SURREALISMO — Cathrin Klingsöhr-Leroy
REALISMO — Kerstin Stremmel
DADAÍSMO — Dietmar Elger
VIDEOARTE — Sylvia Martin
CUBISMO — Anne Ganteführer-Trier
ARTE FANTÁSTICO — Walter Schurian
ARTE CONCEPTUAL — Daniel Marzona
ARTE MINIMALISTA — Daniel Marzona
FUTURISMO — Sylvia Martin
EXPRESIONISMO ABSTRACTO — Barbara Hess
ARTE MULTIMEDIA — Mark Tribe/Reena Jana

Arte en TASCHEN – selección

ARTE DEL SIGLO XX — Ingo F. Walther (Ed.), Karl Ruhrberg, Manfred Schneckenburger, Christiane Fricke, Klaus Honnef
FRANCIS BACON — Luigi Ficacci
JEAN-MICHEL BASQUIAT — Leonhard Emmerling
CHRISTO & JEANNE-CLAUDE — Jacob Baal-Teshuva
MARCEL DUCHAMP — Janis Mink
ROY LICHTENSTEIN — Janis Hendrickson
JACKSON POLLOCK — Leonhard Emmerling
POP ART — Tilman Osterwold
MARK ROTHKO — Jacob Baal-Teshuva
ANDY WARHOL — Klaus Honnef

«Back to visual basics.»

***International Herald Tribune*, París**

Si desea información acerca de las nuevas publicaciones de **TASCHEN**, solicite nuestra revista en www.taschen.com/magazine o escríbanos a **TASCHEN**, c/ Víctor Hugo, 1°-2° dcha., E-28004 Madrid, España, contact-e@taschen.com, fax: +34 91-360 50 64. Nos complacerá remitirle un ejemplar gratuito de nuestra revista, donde hallará información completa acerca de todos nuestros libros.

www.taschen.com

«El pop es amor porque lo acepta todo... Pop es lanzar la bomba. Es el sueño americano, optimista, generoso e ingenuo...»

Robert Indiana

Surgido en Inglaterra a mediados de los años 1950, el Pop Art desarrolló todo su potencial una década más tarde, en los sesenta y en Estados Unidos. Este movimiento sustituye lo grandioso por lo cotidiano: los productos de masas adquieren la misma importancia que los ejemplares únicos; se difumina la diferencia entre la alta cultura y la cultura popular. Los medios de comunicación y la publicidad forman parte de los contenidos preferidos del Pop Art, que homenajea con ingenio a la sociedad de consumo. El entusiasmo que despertó el Pop Art desde que se expusieron sus primeras obras no se ha perdido: hoy es mayor que nunca.

PETER BLAKE ALLAN D'ARCANGELO JIM DINE RED GROOMS RICHARD HAMILTON DAVID HOCKNEY ROBERT INDIANA JASPER JOHNS ALLEN JONES ROY LICHTENSTEIN CLAES OLDENBURG PETER PHILLIPS MEL RAMOS ROBERT RAUSCHENBERG JAMES ROSENQUIST EDWARD RUSCHA GEORGE SEGAL WAYNE THIEBAUD ANDY WARHOL TOM WESSELMANN

ISBN-13: 978-3-8228-2301-9
ISBN-10: 3-8228-2301-5



www.taschen.com